

# アジア経済研究所と図書館の情報発信 —— webサイトとSNSを中心に ——

今 満 亨 崇 (日本貿易振興機構アジア経済研究所学術情報センター)

## 1. はじめに

日本貿易振興機構アジア経済研究所(以下「アジア研」とする)では、2018年度以降webサイト及びSNSでの情報発信について改革を行ってきた。本稿ではそれらの取組みと成果について述べ、さらに図書館のwebページに特有のコンテンツとその運用を紹介する。

## 2. アジ研及び図書館の紹介

### 2.1 アジ研概要

アジ研は千葉県の海浜幕張にある、発展途上国を対象とする社会科学の研究所である。研究者は約120名で、アジアはもちろんのこと、南米やアフリカを含む世界中の発展途上国を、政治・経済・社会・法制度といった側面から研究している。

### 2.2 図書館概要

アジ研図書館は発展途上国資料の専門図書館である。蔵書は70万冊を超え、学術書はもちろん、新聞、雑誌、統計資料、政府刊行物といった社会科学分野の研究に必要な基礎資料、一次資料を収集している。特に統計資料をはじめとする現地で刊行された資料の収集に尽力しており、日本では一般に購入できない資料であっても、現地機関との交換や直接購入、海外出張といった様々な方法で入手し、独自のコレクションを構築している。

図書館は「学術情報センター 図書館情報課」という部署が管理しており、13名の正規職員を中心に、嘱託員や派遣職員、外部委託者の協力を得て運営している。同課の中には3つの班が存在し、筆者が所属する「情報発信班」では目録作成とシステム運用を担当している。システムはOPAC等の図書館関連のものだけでなく、アジ研自体のwebサイトも管理・運用している。

正規職員は各班の担当業務以外に専門分野をも

つ。それは特定の国・地域の言語や資料事情についてであり、選書や現地資料の入手、目録作成、レファレンスなどといった専門性が強く発揮される業務は、班による区分けに依存せず実施されている。

## 3. webサイトの改革

### 3.1 webマガジンの開始とデザイン改革

アジ研webサイトの改革は、IDEスクエア(<https://www.ide.go.jp/Japanese/IDEsquare.html>)の創刊がきっかけといえよう。これはアジ研の研究者が中心に執筆するwebマガジンで、発展途上国の時事問題から社会事情、文化まで幅広く解説するものである。例えば海外赴任中の研究者が現地で得た知見、経験を元に執筆する「海外研究員レポート」、発展途上国と先進国の違いは何?といった素朴な疑問に答える「おしえて!知りたい!途上国と社会」、職員が経験した様々な食品・食文化を紹介する「続・世界珍食紀行」などといったシリーズがある。これらは学術界よりも一般の人々へアウトリーチするために“軽い”内容を意識している。

2017年10月に開始されたこのIDEスクエアは、その後のwebサイトのデザインに大きな影響を与えた。最初は従来のwebデザインを踏襲していたが、2018年度以降に記事のサムネイル画像を前提とするパーツが作成された。例えば図1のように、「横を3マスと考え、1マス内に画像、シリーズ名、タイトル、著者名を表示する」ものや、「左側に画像、右に文章(主にタイトル、著者名、記事冒頭文)を表示する」ものが用意された。

これらは当時一般的に見られるデザインであったが、それが自機関のwebサイトに実装されると、職員の意識が変わってきたのではないかと思う。他のページでも同じようなデザインが利用できな

いかという相談が複数の部署からあり、従来は文字情報が中心だった、出版物やイベント紹介、受賞情報といった様々なページの一覧部分が、サムネイル画像を前提としたこのデザインに置き換えられた。掲載する画像も、ただのイメージ画像ではなく、リンク先の内容をより表現し、目を惹くものが用意されるようになった。

またこれを機に、アジ研webサイト全体の改革が始まった。いかに見やすく、使いやすいwebサイトにするかを議論する委員会が、図書館を事務局として設立され、現在も検討を行っている。その成果として例えば2023年度にはトップページの、2021年度には出版物紹介ページのデザインを全面改革している。



図1 画像を中心とする記事一覧例

### 3.2 ページの整理

デザインの改革と併せて既存ページの整理も同委員会で議論している。長年の運用の中でコンテンツの追加が行われてきたことから、階層構造やリンク関係が分かりづらかったり、古い情報を掲載しているといった課題が確認されていた。前者の課題に対しては階層構造を整理・変更し、後者に対しては当該webページを削除する等して、現在も整理を行っているところである。

### 3.3 アクセス数の変化と取組みの成果

図2にアジ研webサイトのアクセス数を示す。年々減少しているように見えるのは、ここ数年、アクセス数の把握に使用しているツールやその設定を何度も変更しているためだ。2018年度までは

サーバ内のアクセスログファイルを集計していたため、全てのアクセス(これにはクローラー等の機械によるものも含む)を集計していた。2019年度にはクローラー等を集計対象から除外し、2022年度には機構全体の情報基盤更新に伴い集計ツールを変更した。さらに2023年度からはEU一般データ保護規則(GDPR)への対応も行い、現在はwebサイトへのアクセス時に表示される「Cookieの取得」に同意されない限りは、アクセス数に計上されない仕組みになっている。

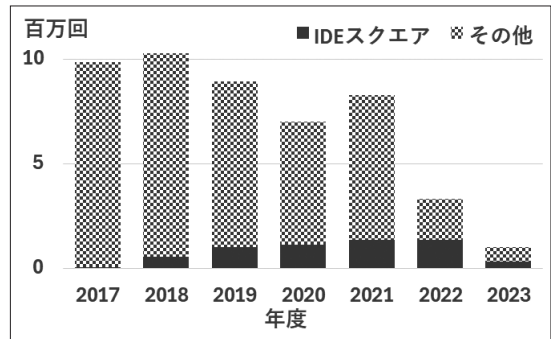


図2 年度ごとのアクセス数の変化

各年度の集計方法が異なるこのデータを見て確実に言えそうなことは、IDEスクエアが着実にアクセス数を伸ばしていることである。2022～2023年度のwebサイト全体のアクセス数の内、30～40%はIDEスクエアのものである。毎月のアクセス数を見ても、人気の記事はそれ単体でトップページ(<https://www.ide.go.jp>)に匹敵するほどである。新しく始めたコンテンツがこれだけ成長しているの、アジ研webサイト全体としてもアクセス数が減少していることは無いと思うが、継続的な観察が必要である。

## 4. Xの運用改革

### 4.1 機械投稿から人力投稿へ

IDEスクエアは専用のX (旧Twitter)アカウント「@ide\_square」およびFacebookアカウント「@idesquare」を作成し、積極的な広報活動を行った。これはアジ研全体のSNS運用に大きな影響を与えた。2018年度当時のアジ研公式Xアカウン

ト「@ide\_jetro」は、研究所webサイトの更新情報を自動で投稿するだけの、機械的で単純な運用であった(図3 上側)。しかし現在では、職員が投稿内容を考え、ハッシュタグや絵文字、画像を多用し、視覚に訴える投稿を行っている(図3 下側)。

投稿内容も多様化し、例えば、アジ研研究者の外部メディアへの寄稿や出演情報、時事ネタに関連する研究成果の紹介など、従来の運用では投稿されなかった内容が増加した。

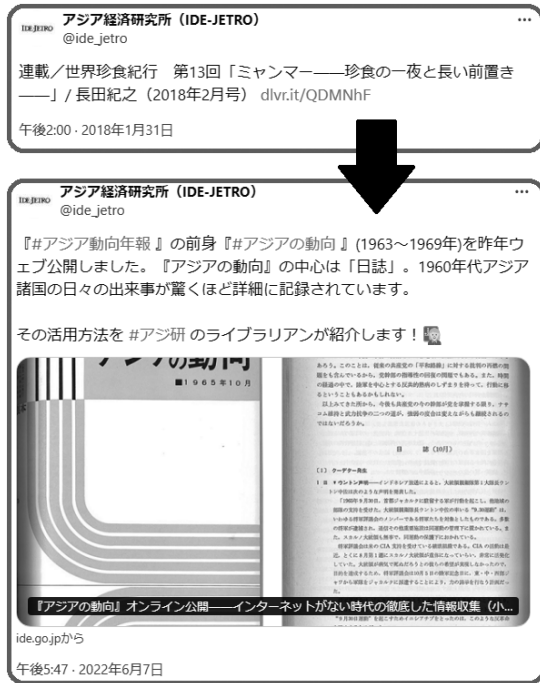


図3 Xのポストの変化例

現在のXは4名で運用している。広報部門の2名が基本的にネタを集め、投稿文を考えているが、それだけでなくアジ研内からの情報提供も広く受け付けている。さらに、投稿の事前チェックを2名(研究者1名、管理職1名)が行っており、内容の正確性や訴求力、コンプライアンスの観点で確認している。この体制も改革の中で徐々に形成されたものである。

## 4.2 OGPタグの設定

OGP(Open Graph Protocol)タグとは、これを設定したwebページのURLをSNS等に投稿すると、webページのタイトルやサムネイル画像、概要を自動表示させるものである(図3下部の画像部分)。このタグは自分以外の第三者がURLを共有しても機能する。また、XだけでなくLINEやFacebookなど様々なSNSが対応しており、一般的に行われるURLの共有行為において、視覚的な訴求力を高める効果が期待される。

アジ研webサイトでは全てのページにこのタグを設定している。とはいえ、工夫した内容を設定できているのはIDEスクエアやライブラリアン・コラム(後述)といった一部のページだけで、それ以外のページでは汎用的な画像や文章を表示させるに留まっている。

## 4.3 X運用改革の成果

これらの取り組みは顕著な成果を上げている。表1は成果を示すために使用したデータの概要である。改革を行った2018~2020年頃だけでなく、最近の状況も分析に含めた。また、Xから過去データを入手できず、手元に残っているものを使用したため「人力投稿+OGP」の期間だけ7ヶ月分(他は9ヶ月)のデータとなっている。

まず「投稿数」を見ると、「人力投稿」開始後は大きく減少している。当時は手探りで運用を開始したためと思われる。

表1 分析対象データ

取組み	期間	投稿数
機械投稿	2018/ 1/1 - 2018/9/30	359
人力投稿	2018/10/1 - 2019/6/30	189
人力投稿+OGP	2019/ 7/1 - 2020/1/31	125
最近	2023/ 9/1 - 2024/5/31	499

さらに、Xの指標(インプレッション:ポストの表示回数と、エンゲージメント:クリックなどユーザの反応数)<sup>1)</sup>を用いて成果を確認する。

図4は1投稿あたりの両指標の変化を「取組み」ごとに集計して中央値を求めたものである。「最近」を除いて順調に増加していることから、人力投稿へ変更した成果が見られる。「最近」でスコアが減少した理由は定かではないが、仮説として、X側の仕様変更(おすすめタブの新設やタイムラインの表示ルール変更があった)や、投稿数が増加したことによる影響が考えられる。

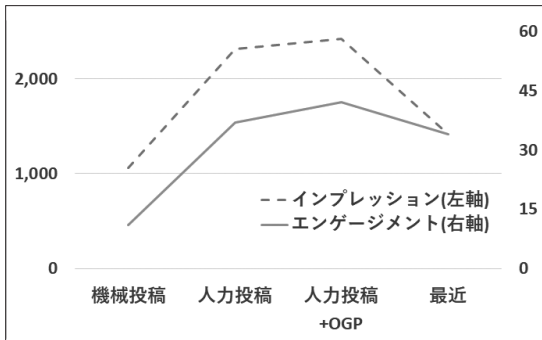


図4 1投稿あたりのスコア<sup>2)</sup>

とはいえ広報の観点で考えると、各スコアの総量が重要だろう。図5に各「取組み」ごとの両指標の総計を示した。1投稿あたりのスコアが下がっていたにも関わらず、「最近」は最大の値を示しており、しかも他の取組時期の2~3倍である。2018年度以降の改革の流れで考えると、人力投稿により1投稿あたりの訴求力が改善され、その状態で投稿数が増えたためにこのような結果となったのではないかと考えている。

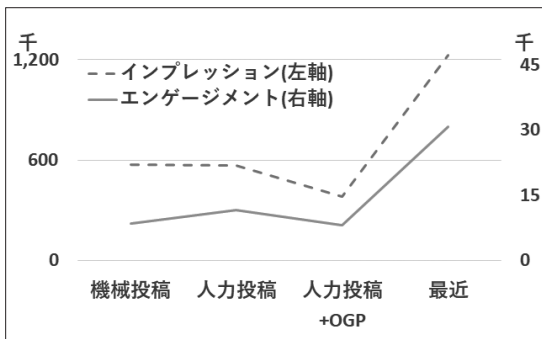


図5 各分析データの総スコア<sup>2)3)</sup>

#### 4.4 他のSNSアカウント

Xの改革が成果を上げる傍ら、他のSNSアカウントの利用も活発化した。具体的には、新規にアカウントを開設(Xの英語公式アカウントやLinkedIn)したり、YouTubeに様々な動画を投稿したりするなどである。各アカウントの概要は<https://www.ide.go.jp/Japanese/Info/Sns.html>をご参照いただければ幸いである。

### 5. 図書館の情報発信

図書館の広報基盤はアジ研のものを主に使用している。図書館のwebページは、アジ研webサイトの一階層(<https://www.ide.go.jp/Japanese/Library/>、以下「図書館webページ」とする)であるし、SNSも同様である。そのため、これまで述べた改革は当然、図書館の情報発信にも影響を与えている。

#### 5.1 図書館webページの改革

図書館webページの改革も2018年度より実施してきた。研究所webサイトの動きと同様、新規コンテンツ「ライブラリアン・コラム」を開始し、併せて既存ページの整理を行った。整理の主な例は次の通りである。

- ・ページの階層構造やリンク関係の整理と、冗長な情報の削除。
- ・掲載していたレファレンス事例は、国立国会図書館の「レファレンス協同データベース」にも登録しているため削除。
- ・様々な観点でなされていた所蔵資料の紹介を「調べ案内」として再整理(後述)。

#### 5.2 ライブラリアン・コラム

##### 5.2.1 概要と特徴

ライブラリアン・コラム(<https://www.ide.go.jp/Japanese/Library/Column.html>)は、図書館の情報発信力を高める目的で2020年より開始された。具体的にどのような記事があるかは、国立国会図書館の「カレントアウェアネス・ポータル(<https://current.ndl.go.jp/>)」でも取り上げられ

たタイトルを示すことで紹介に代える。

- ・則竹 理人. 「ライブラリアンの日」からみる、コロンビアの図書館事情
- ・能勢 美紀. 感染症対策と資料保存の両立——換気の意外な悪影響と図書館の対応
- ・村田 遼平. 電子化された満鉄関連資料とデジタルアーカイブ

記事の内容は広く図書館に関するものであれば特に制限されておらず、資料やイベントの紹介、日々の業務、時事ネタ、業界動向、レファレンスや出張関連のものなど多様である。

これまでの記事を執筆者に注目して見ると、個々人の専門分野や興味範囲が表現され、どのような専門知識を有する職員がいるのか、暗示されている。

さらに、記事タイトル中に出現した国・地域名を抜き出してみると、「イラク、インド、インドネシア、オマーン、オランダ、カンボジア、キューバ、コロンビア、シンガポール、スペイン、タイ、バーレーン、フィリピン、ブラジル、ペルー、ミャンマー、メキシコ、韓国、台湾、中国」と、海外に関する様々な記事を掲載しており、アジア図書館の特徴が良く表れている。

### 5.2.2 記事作成の運用

図書館の正規職員は毎年度1本以上、記事を執筆することになっている。この他、図書館情報課の嘱託員や、学術情報センターの出版部門職員が、記事を執筆することもある。

記事の執筆は年度初めに投稿枠を確保することから始まる。担当班が用意するExcelファイルには月2回の公開予定枠が設定されており、その中から自身の業務予定を勘案して、執筆できそうなタイミングを確保しておく。

執筆者が脱稿した後は、2回のチェックを経て公開される。1回目のチェックは図書館職員によるもので、記事の内容に近い専門性や業務経験を持つ者が割り当てられる。2回目のチェックは出版部門の職員に依頼しているもので、文章表現や

表記の統一など、形式を整えるためのものである。

記事が完成したら、web担当職員が作成するwebページ案をチェックし、公開される。公開後、執筆者は広報部門にXでの広報を依頼する。

これら一連の流れの中で担当班は、投稿枠の管理、原稿チェック担当者の決定、各種手順の案内といった役割を担う。なお担当班は、図書館情報課内の各班が毎年度持ち回りで担当している。

記事執筆にはそれなりに時間を割く必要があるが、アジア図書館としてはそれを業務の一つとして位置づけ、また図書館職員としては専門性を維持する機会と捉え、毎年10本以上の記事を公開する安定した運用が実現している。

### 5.3 調べ方案内

かつて存在していた資料案内のページでは、国・地域の区分けはあったが、参考図書紹介以外はフォーマットがなく、何をどのように紹介するのかは、各地域担当者に大きく委ねられていた。2023年度に実施した改革では、様々な観点で作られていたこれらページを見直し、「調べ方案内」と改称し、「(地域名)を知るために」「(主題)を調べるには」というサブコンテンツに細分化した。

「(地域名)を知るために」は、例えば「東南アジアを知るために」といったような9つの地域別ページが存在する。各ページには「事典」「動向分析」「概説書」「入門書」「統計資料」「新聞」といった見出しをつけ、さらに地域担当者の要望があれば任意の見出しを追加して、初学者向けに所蔵資料を紹介している。この画面で使用されているデザインはIDEスクエアでも使用している「左側に画像、右に文章」のものを適用し、書影と紹介文を表示している。

「(主題)を調べるには」は、例えば「失業率を調べるには？」といったような想定質問ごとに18のページが存在する。各ページでは国・地域ごとに、当該疑問を解決できる所蔵資料の書誌情報やwebサイトを列挙している。こちらは「(地域名)を知るために」とは異なり、書影や紹介文は無い。

このような改革により、もともと資料案内のペ

ージに掲載されていた情報は、このタイミングで全面的に整理された。取捨選択や更新、新しい資料情報を追加したうえで「調べ案内」へ引き継がれた。またページ自体が見やすくなり、必要な情報を探しやすくなった。

#### 5.4 アクセス数の変化と取組みの成果

図書館webページのアクセス数は図6の通りである。研究所webサイト全体のアクセス数の2～4%程度であるが、全体の傾向は3.3で述べたものと変わらない。近年の図書館webページのアクセス数の内、30～40%程度がライブラリアン・コラムである点も、IDEスクエアと似た傾向である。なお、図6では分かりづらいが、2023年度の「調べ案内」のアクセス数は13%であった。

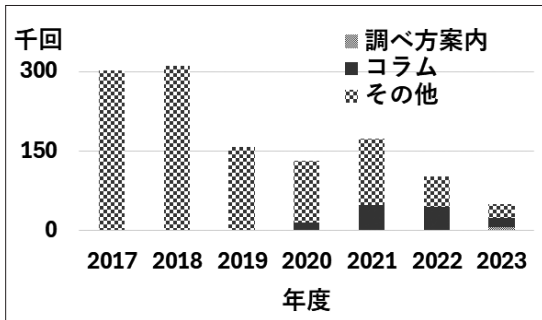


図6 年度ごとのアクセス数の変化

#### 6. おわりに

本稿ではアジア研及び図書館の情報発信改革について紹介した。戦略と言えるほど高度なものではないが、堅苦しくないコンテンツを増やし、目を惹くようなデザインにしてきたのがここ数年の取

組みであるといえる。通常、自機関にどのような専門家がいて、どのような仕事や活動をしているかは、出版された論文や提供される図書館サービスといった最終的なアウトプット以外では表現されづらい。今回の改革で誕生した「堅苦しくないコンテンツ」は、このような状況を改善し、組織の隠れていた一面を広報しようとする意欲的な取組みであると言えるだろう。

今後の課題として、同一指標でのアクセス数把握、webアクセシビリティへの対応、webページの表示速度の改善など、様々なものが挙げられる。今回紹介した取組みの維持・発展と併せて、これらの課題にも対処していきたい。

なお今回は紙面の都合上紹介できなかったが、研究成果へのアクセスを増やすために、研究所の出版する電子ジャーナルや電子ブックを無料公開するといったことも行っている。研究成果の広報の観点から関心があれば調べてみて欲しい。

(いまみつ みちたか)

注・参照URL(参照日は2024-07-08)

- 1) Xビジネス, “ポストアクティビティ管理画面と動画アクティビティ管理画面”. <https://business.x.com/ja/help/campaign-measurement-and-analytics/tweet-activity-dashboard.html>
- 2) 第2軸を利用する、両指標を直接比較するには不適切なグラフである点にはご注意ください。
- 3) 「人力投稿+OGP」の期間だけ7ヶ月分のデータであり、他と比べて少ないのは当然である。

#### アジア経済研究所と図書館の情報発信——webサイトとSNSを中心に——

今満 亨崇(日本貿易振興機構アジア経済研究所学術情報センター)

日本貿易振興機構アジア経済研究所では2018年度以降、web上での情報発信改革を行ってきた。webサイトでは画像を中心とするデザインを導入し、既存のページを整理し、「IDEスクエア」や「ライブラリアン・コラム」を開始した。これら新規コンテンツは着実に成長して多くのアクセス数を獲得している。SNSでは機械投稿から、職員が文章を考えて投稿する運用に変更した。さらにOGPタグを設定するなどして、より多くのインプレッションやエンゲージメントが得られるようになった。