

デジタルネイティブに訴求する図書館 PR

神作 聡美 (文学部文学科ドイツ文学専修)

1 はじめに

この数年間で、我々の周りにはデジタルコンテンツが大幅に増え、定着してきた。「デジタルネイティブ」という言葉があるように、生まれたときからデジタルコンテンツに囲まれて育った世代も増えている。デジタルネイティブの定義は以下のとおりである。

生まれたときから、あるいはものごころついたころから、デジタル技術やそれを活用したゲーム機、携帯電話、パソコン、インターネットを代表とする新たなメディア環境のなかで育ち、生活してきた人々をさすことば。1980年代以降に生まれ育ってきた世代である。「ネット世代」と称されることも多い。(中略) デジタルネイティブの特徴には、インターネットと現実の世界を対立するものとしては区別しない、情報は無料だと考えている、インターネット上のフラットな関係になじんでいるために、相手の地位や年齢、所属などにこだわらないことなどがあげられるという。ネット・コミュニティを操り、不特定多数の人々と瞬時につながることで新たな事業や組織をつくり出し、従来の常識や価値観にとらわれない考え方や行動力によって、世界を一変させる可能性を秘めているともいわれる。前の世代、いわばテレビ世代の人々が、高度産業社会を築き上げたと同じように、高速ネット回線で囲まれた時代に生まれ育った「デジタルネイティブ」が新たな時代を拓くと考えられる。¹⁾

デジタルネイティブの割合が今後大きくなり、我々を取り巻くメディア環境が変わっていくなかで、図書館側のアプローチも、変わっていかねばならないのではないだろうか。

まず、長年、図書館が扱ってきた本というメディアについて見てみよう。そもそも、人々が本に触れる場は、このあと本稿で中心となっていく図書館だけではない。書店も同様に人と本とが出会う場である。その書店の市場も、近年形が変わり始めている。

〈表1〉²⁾

販売ルート	販売額 (百万)	前年比	構成比
書店	1,089,442	▲6.0%	63.3%
コンビニエンス	185,923	▲2.3%	10.8%
ネット書店	183,050	6.0%	10.6%
その他の取次経由	78,941	▲3.0%	4.6%
出版社直販	184,757	▲3.4%	10.7%
合計	1,722,113	▲3.4%	100.0%

※ネット書店はインターネット書店の紙媒体のみを推計。

※その他の取次とは全国大学生協・販売店・スーパー・ドラッグストアのスタンド・二次卸取次ぎを経由した出版物販売額。

日本出版販売株式会社の『出版物販売額の実態 2017』によれば (表1 参照)、全体的に

書店の市場規模が小さくなる中で、唯一ネット書店のみがその販売額を伸ばしている。ネット書店は店頭に行く必要がないため便利、というだけではない。検索を続けるにつれて傾向に合わせた商品を表示してくれたり、履歴や「カゴに入れる」などの機能があるため、気になったものを後から確認したりできる。また、新品のみでなく中古品も見ることができると、書店では手に入らなくなった絶版の商品も手に入れられる可能性がある。また、ネット書店であれば、書籍以外の日用品なども扱うオンラインストアと併設されていることも多いため、書籍以外のものついでに気軽に注文をすることができる。

全体の中ではまだネット書店の販売額の割合は特別大きいとは言えないが、現実の空間で直接手に取って本と出会う必然性はより薄くなってきているように思われる。しかし、ネット書店などのインターネット上を含め、書店、あるいは学校図書館のいずれかのみを利用し、そこで出会った本を読むことで、読書というものは十分なのだろうか。それぞれの場での本との出会いには、それぞれの意味があるのではないだろうか。だからこそ、筆者は、公共図書館を利用することも、人々の読書には欠かせない一つの要素であると考え。学校図書館だけでは出会えない本に触れることや、もう書店には並ぶことのない本に出会うことも、公共図書館でできる。

デジタルネイティブの定義は上述の通りであるが、現代においては、生まれた時からデジタルコンテンツに囲まれて育った世代もそうでない世代も関係なく、全ての世代がデジタルコンテンツと関わりながら生活している。そのため、図書館から利用者へのアプローチの変化もデジタルネイティブに限らず全ての世代にとって必要であると考え、本稿においては図書館の新たなPR方法のニーズ・対象は全ての世代にあると想定して議論を展開していく。

まずは次の章「2. デジタルネイティブのメディア接触」で現代のメディア・出版・読書傾向を確認し、図書館の立ち位置について考えていく。そして「3. 図書館での取り組み」において、デジタルネイティブをはじめ、これからの時代の人々に対して、日本の図書館員が始めつつある取り組みを整理し、最後に筆者の2、3の案を提案する。

2 デジタルネイティブのメディア接触と図書館利用

2017年3月、ベネッセ教育総合研究所によってネットで実施された調査（東京・神奈川・千葉・埼玉の首都圏に住む生後6カ月～6歳児がいる母親3400人を対象）によると、0～6歳の子供のうち、毎日スマートフォンを使う子どもの割合はこの4年間で約6倍に増えているという³⁾。また、13～19歳のスマートフォン個人保有率は、2016年時点で、20代30代に次いで多い81.4%にまで増加した。デジタルコンテンツの中でスマートフォンに限っても、子どもたちが触れる機会はそれだけ多く、さらにパソコンやタブレット端末なども含めたモバイルによるインターネット利用時間（平日1日あたり）を2012年と2016年とで比較すると、10代は76分から108分に増加している⁴⁾。

そのような状況の中で育った世代、今の子どもたちは本を読まなくなった、という意見もある。現在、児童・生徒の不読率は小学生：5.6%、中学生：15.0%、高校生：50.4%⁵⁾となっている。（ただし、この調査では、5月1か月間に読んだ本が0冊の生徒を「不読者」と呼んでいる。）しかし不読者の数値は、この15年では特別高い数字ではなく、小中学生に関してはほぼ毎年下がり続けている。つまり「子供は本を読まなくなった」とは言えない。

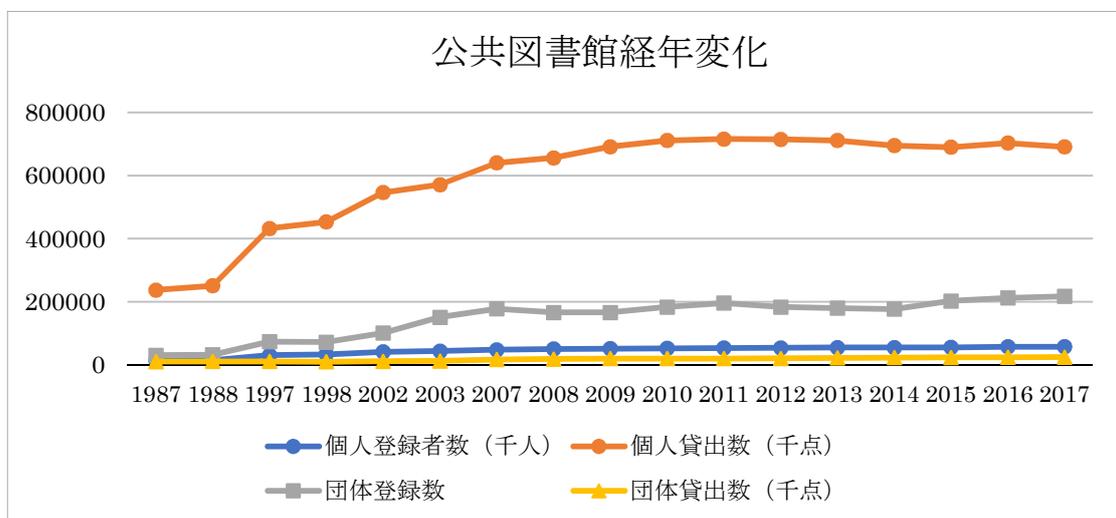
〈表2〉



この読書調査に関する研究⁶⁾によると、「男女とも学年が上がるにつれ不読傾向が強まり」、「テレビや携帯、部活動が読書活動を妨げる方向に作用している」という。男女別にみた場合、男子は「電子ゲーム」に加え、「友人と遊ぶ」ことが読書活動への影響として大きい。一方女子はその二つは読書冊数にあまり影響作用していない。その代わりに、「携帯でのコミュニケーション」がより強く影響している。学校段階別では、中学生は「部活動」、女子高校生は「携帯」、男子は中・高校生ともに「電子ゲーム」が多くみられる活動であるとわかっている。小学生には「携帯」「部活動」は読書冊数への影響は考えにくく、中学生になると「電子ゲーム」の影響が小さくなる一方で、「部活動」の影響が大きくなる。高校生は「部活動」に加えて「携帯」の影響が現れる。しかし、興味深いのは、「電子ゲーム」の影響が小学生・中学生の段階では負の影響であるのに対し、高校生では正の影響を表す点である。

また、デジタルコンテンツが読書に影響を与えるとすれば、その対象は子どもだけではないと考えられる。生まれた頃からではないにしても、デジタルコンテンツに囲まれた生活を現在送っている点では、すべての世代に共通して、本を読まなくなるような影響があるのではないだろうか。

〈表3〉⁷⁾



公共図書館経年変化を確認すると、個人貸出冊数はこの十年ほとんど変化がなく、団体貸出数に関しては増加の傾向にある。しかし、登録者数、2017年では22.7%である（日本図書館協会の公共図書館集計内の「自治体内登録総数」を「図書館設置自治体人口」で割った数値）。文部科学省の実施する全国学力・学習状況調査の報告書、には「昼休みや放課後、学校が休みの日に、本（教科書や参考書、漫画や雑誌は除く）を読んだり、借りたりするために、学校図書館・学校図書室や地域の図書館にどれくらい行きますか」という質問があるが、これに「ほとんど、または、全く行かない」と回答した割合は、小学生は32.4%、中学生は57.8%である。⁸⁾ この数値も平成21年度から29年度まででほとんど変化はない。

3 日本の図書館での新たな取り組み

3.1. 公共図書館におけるサービス開発の現状

この急激なメディア環境の変化にあって、不読率や図書館への登録率を改善もしくは維持することすら、簡単ではないと考えられる。もちろん、日本の公共図書館も、読書推進に、多面的なアプローチで取り組んでいる。

デジタルネイティブの児童・生徒へのアプローチとしては、例えば大阪府豊中市立千里図書館で、ヤングアダルトの興味を惹くような資料を選び、おおまかなジャンル分けに基づく配架をしている（日本十進分類とは異なる）。また、近隣の学校図書館の見学や、学校司書との情報交換なども行い、学校との連携を進めている。

品川区のホームページで次のように紹介されるような、「本の福袋」も興味深い。「本の福袋」は多くの図書館で実施されている。テーマが添えられていたり、冒頭部分だけ試し読みが出来るように作られていたり、図書館ごとにさまざまな工夫が見られる。毎年これをたのしみに来館する利用者も多く、数量限定であるためなかには数分ですべて貸出されてしまう図書館もある。

利用者にいつもと違うジャンルや作家の本に出合ってもらおうと平成28年から始まった取り組みで、福袋にはテーマや年齢別に図書館員が選んだ3冊の本が入っています。品川図書館では、大人向けに一般書の入った福袋と、子ども向けに絵本や児童書の入った福袋を各40セット用意。大人向けは福袋に「苔と日本庭園～手元で育てる。知識に触れてみる。」などテーマとともにメッセージが添えられています。⁹⁾

また、最近では図書館は、利用者が何らかの形で自らを発信していくことに向けた支援に、新たな機械なども取り入れながら力を入れている。例えば、塩尻市立図書館では3Dプリンターが導入されている。利用対象としては市内・市外は問わず誰でも可能であるが、次のように、特に企業を想定しているという。

近年の3Dプリンターの機器の低価格化にともない、導入を検討されている企業もあると思います。当館の機器をご利用いただくことで、個人用のものがどの程度の精度で印刷できるか確認することもできます。試作品の造形をデザインしてすぐにできる点も便利です。¹⁰⁾

塩尻市立図書館で3Dプリンター導入に踏み切ったきっかけは、立命館大学の常世田良教授の視察報告で見た、米国のデトロイト公共図書館内で行われているファブラボの1枚の写真であったという。

ファブラボとは、fabrication laboratory の略で、3D プリンター、3D スキャナー、レーザーカッターなどの各種工作機械を備えた、誰でも利用できる工房のことである。大量生産される近代的な工業製品に対して、市民が必要とするものを自らの手で作ることを可能にした施設であり、また、米国の多くの公共図書館に 3D プリンターが導入されていることは、図書館関係者にはよく知られている。その写真には、ファブラボの機能を館内で実現させ、3D プリンターやレーザーカッターをはじめとする設備と向かい合う市民の姿があった。¹¹⁾

実際に導入したとしても、具体的な活用方法のイメージが描けなかったり、図書館に設置しても利用者には先端技術の広告塔としてしか受け取られなかったりすることも考えられ、導入への迷いもあったという。しかし、米国のデトロイト公共図書館内の写真に写る、開架書架を押しよけるように陣取った数台の機器によって、市民生活を支え、夢の実現を支援し、ビジネス支援に取り組む図書館の姿は、塩尻市立図書館が日頃から発信していた「単に本を貸すだけの場所ではない、新しい図書館サービスの姿」を示していた。そのため導入へと踏み切られたが、ファブラボに関しては、その活用メニューを図書館員が主導して考えていくべきものではなく、むしろ、市民の発想を支援し、その具体化を応援する仕組みを整えるのが図書館の役割と考えているため、今後もまださらなる展開が見込まれる取り組みである。

同じように新しい機械を導入している図書館として挙げるのは、福岡県田川郡福智町に作られた図書館と歴史資料館が一緒になった施設である。「ふくちの知と地が交わる場所」をコンセプトとしたこの施設は、3D プリンター、読書通帳、としょパン、多彩なイベントなどが魅力である。地元で 400 年以上続く国指定伝統的工芸品の「上野焼」の陶器を使った壁画に始まり、3D プリンターをはじめとしてレーザーカッター、刺しゅうミシン、カッティングプロッター、CNC ミリングマシンと 5 種類のデジタル工作マシンや製本機、ラミネーター、シルクスクリーンも体験できる「ものづくりラボ」やクッキングラボも併設されている。「としょパン」というカフェや、小型の書店も館内にあるという。また、2017 年 3 月から 1 年間で 170 回以上のイベントを開催し、約 6000 人を動員したとのことである。¹³⁾

神奈川県大和市が 2016 年 11 月に開設した施設「シリウス」も複合型施設であり、図書館、芸術文化ホール、生涯学習センター、屋内こども広場、観光協会や屋外の読書テラスなどの複合体施設である。2 時間ごとに 100 円を払って利用できる有料の座席「市民交流ラウンジ」やコンセント付きのカウンター席、吹き抜けとの間にカラフルなソファ席などがあり、利用者や購入したり持ち込んだりした飲食物とともに館内のどこでも自由に図書館の資料を利用することができる。落ち着いて学習できる環境のためか、平日の夕方は多くの席が高校生や大学生らしき若者で埋まるという。4 階には「健康度見える化コーナー」と称し、体組成計、骨健康度測定器、電動血圧計、血管年齢測定器、脳年齢測定器を無料で自由に利用できるスペースも設けられている。飲食やおしゃべり、写真撮影などの細かいルールで縛ることなく、町づくりの中心・市民の居場所となる図書館として「シリウス」は作られ、2017 年 3 月半ばには、オープン 135 日で早くも来館者 100 万人を突破した。¹²⁾

新しい機械やコーナーの設置、他施設との協力だけでなく、ロボット・AI を取り入れる図書館もある。江戸川区立篠崎図書館では館内に Pepper が導入されており、利用者との会話データを蓄積しながら、会話をより良いものへとブラッシュアップしていく。同図書館を運営する、株式会社図書館流通センター取締役の渡辺太郎氏によると、Pepper の導入は単なる話題づくりではなく、実用的なものにしていくことを目標としている。それによって、図

書館スタッフが人にしかできないことに時間を割くことができるようになり、その結果、図書館利用者の利便性も上がっていく。¹⁴⁾

3.2. 図書館による SNS 利用

最近では、図書館の SNS 利用も増えてきている。実際、2017 年 4 月には『図書館雑誌』において、図書館の SNS 活用に関する特集が組まれたほどである。

公共図書館に関しては、2017 年 4 月の時点で 95 館が Twitter、84 館が Facebook のアカウントを所持しており¹⁵⁾、2018 年 7 月 6 日に筆者が調査したところ、Twitter に関しては 114 のアカウントが確認できた。ただし、必ずしも 1 館 1 アカウントではなく、一つの市区町村のすべての図書館の情報を一つのアカウントで発信していることも多いため、Twitter を使う図書館は 114 館以上といえる。2018 年 7 月 6、7、8 日のそれらのアカウントのツイートを集計すると、1 日につき 100 件～200 件であり、その中で子どもや学生に向けた情報はだいたい 20～30 件であった。それらのツイートの目的は資料やイベントの紹介など、情報発信が中心であり、基本的にお話し会のお知らせは子どもの親に向けて、小学生以上向けのイベントは児童・生徒向けの書き方がなされている。更新のコストや誌面上の制約などの問題が少ないことから、図書館にとっても SNS の活用は都合がいい。

中には情報発信だけでなく、他のユーザーとの砕けたコミュニケーションにより人気を集めている図書館のアカウントもある。佐藤翔は「図書館が SNS を活用していくために」という論考の中で、筑波大学附属図書館のツイートを引用している。クリスマスに予定がないいわゆる「非リア充」をネタにしたツイートでは、928 件のリツイート、407 件のいいねを得ている（2018 年 9 月 14 日現在）。普段は図書館の情報の発信が中心であるが、時折このようなツイートをして注目を集め、ネットでもまとめのページが作られている¹⁶⁾。しかし、たいていの図書館のツイートに対する反応はほぼゼロに近いのが現状である。

そのような公共図書館のツイートの中でも特に反応を得ていたものとして挙げられるのが、「よるの図書館」である。松江市立中央図書館が開催するイベントで、通常の閉館後の 19:00～21:00 に行われる。そのプログラムの中で毎回好評の「図書館探検」では、利用者は普段入ることができない閉架書庫へ入り、気になる本を自由に手にとって選ぶことができる。さらに毎回異なるテーマに沿った朗読会や古書市、そして新たな試みとしてクイズラリーも行われているとのことである。先述の筑波大学附属図書館のツイートがその「図書館らしくない」部分で注目を集めたのに対し、こちらはツイートで取り扱った企画の珍しさが興味を惹いている。

4 まとめ

これらは一部の例に過ぎず、そしてこれらの効果は今の上では十分とは言えない。人々が興味を持つだけでなく、実際に来館し、そこで図書館員が彼らにとって価値のあるサービスを提供しなければならない。そのためには、図書館員が対象のニーズを見極め、的確なアイデアと情報の提供をする必要がある。ここで、本稿から考察を導きだし、筆者から、デジタルネイティブの図書館利用に訴求する図書館 PR のあり方について三つの提案をしたい。

①現実の体験

デジタルコンテンツが豊富になり、機械の中でさまざまなことが済ませられる時代になった今、かえって現実での体験が重視されてきている。例えば、音楽業界では CD が手に取ら

れなくなってきた代わりに、ライブやフェスでの利益が大きくなっている。また、ここ数年、街や交通機関とコラボし、実際に人々が自分の足で歩き回って行う謎解きゲームなども流行している。

10年前に設立された株式会社 SCRAP (リアル脱出ゲームを扱う企業) による企画で、「下北沢謎解き街歩き」¹⁷⁾ と称し 2017 年 3 月 4 日から、本来 2018 年 3 月 23 日までを予定していたが、人気に伴い 2019 年 3 月 24 日まで延長して開催されている。参加者は下北沢にある SCRAP のビルで謎解きに必要なキット (¥1800) を購入し、街中に散りばめられた謎や暗号を解いていく。それぞれの謎は、下北沢にあるさまざまなお店の店内・店先にあるものや、街中のオブジェなどを題材としたものが中心である。謎を解くためにはそれぞれのお店などを、お金を払って利用する必要はないが、参加者はそれまで知らなかったお店やものに出会うことができるため、時には謎解きの舞台となっていたり道中で偶然見つけたりしたカフェやバーで食事をしながら、謎を解いていく。時間制限はないため、下北沢に通って毎回一つずつ謎を解き、一つずつ新しいお店に入ってみる、というような楽しみ方もできる。名前は知っていてもなんとなく訪れるタイミングがない、という人にとっては、この謎解き企画は大きなきっかけの一つに違いない。また、ガイドブックなどとはまた違った側面から街を見ることができ、下北沢の新たな魅力を引き出している。

また、この SCRAP による人気企画としては「地下謎への招待」¹⁸⁾ というものも有名である。こちらは東京メトロとのコラボ企画であり、参加者は駅で謎解きキットと一日乗車券を購入し、東京メトロのさまざまな駅で降車して街中の施設に係る謎や暗号を解いていく。普段は利用しないような駅でも降りることで、新たな施設の発見となる点では、下北沢の謎解きと同じような効果がある。過去 4 年連続で開催される人気企画であり、累計約 19 万人が参加している¹⁹⁾。

あるいは、街中ではなくビルの中に監獄などの舞台を作り、その中で脱出ゲームを行う施設もある。こちらは予約制で、偶然同じ回を選んだ他人と協力して謎を解いていくゲームであり、役者による演出などもあるため、より世界観に入り込んでゲームを楽しむことができる。

このような時代の流れに沿って、図書館でも、「図書館だからこそできる現実の体験」が必要なのではないだろうか。しかし、時代が変わっているからこそ、現在行っているようなイベントにプラスアルファの要素、例えば 3.2. で触れたような「よるの図書館」の“普段とは違った図書館の姿が見える”ような、意外性や新鮮さが必要であると考えられる。

先述の謎解きブームにあやかった、本×謎解きイベントなども作ることができるのではないだろうか。純粋に読書をしたい人、資料を利用したい人に対する十分な配慮が必要ではあるが、普段は歩かないコーナーを歩いたり謎を解いたりするなかで新しい本を知ったり、資料探索の方法を学んだりする、現実の体験の場へと繋げていくこともできるだろう。

公共図書館は公共サービスではあるが、営利を目的としているものを参考にして利用者アプローチしていくことも可能だろうか。例えば、書店で行われている「本みくじ」というものがある。中身が見えない状態の本に番号が割り振られ、おみくじにはその日の運勢と、本の番号、おすすめポイントが書かれている。上で述べた「本の福袋」と類似しているが、新たな本との出会いへの期待からか、手に取る人は多く、書店では季節ごとに組まれるほどの人気のフェアである。

②SNS 上での利用者参加

図書館がアプローチの対象としていく層は、簡単に分けて、三つが考えられる。まずは元々図書館利用を一定以上している層、かつては利用していたものの利用頻度が落ちてきた層、図書館から遠い生活をしてきた層である。

図書館から遠い生活をしてきた層には、まずは図書館への興味を持ってもらわなければならない。そのため、デジタル・ネイティブがよく接触するメディア、とりわけ先述のような SNS を効果的に用いることが欠かせない課題だと考えられる。

実際、図書館職員の中にも図書館の SNS アカウントを作る必要性を感じている声があることを聞いた。しかし、そのための時間や人員を割く余裕がなく、取り組めていないことが多いようである。そこに、ある公民館の図書室で発行されていた、図書室新聞を参考にすることができるのではないかと考えた。図書室職員 3 人が紙面を分担して作成するとのことであるが、利用者が原稿を担当することもあるという。

投稿する前に職員が確認し、多少の編集をする必要はあるかもしれないが、SNS でも、利用者が発信したい情報を用いることができるのではないだろうか。図書室新聞は堅い内容や文章量の多さが目立ち、筆者に手を挙げるには多少のハードルがある。「ツイートしてみませんか？」のようなものであればそのハードルは少なからず低いものになり、また、自分のアカウントで図書館のハッシュタグを付けて投稿するのとは異なるたのしみがある。利用者が発信するからこそ、同じ利用者に刺さるアカウント作りに繋がるのではないだろうか。

③SNS をきっかけとした、利用者の現実での繋がり

SNS 関連での案として、SNS で繋がった人々が図書館に集う、という新たな機能も考えられる。「インターネット上で知り合った人とは会わない」というのはデジタルコンテンツが普及してから多く言われてきたことである。しかし、近年ではその意識も薄れてきている。もちろんそこに危険な部分が全くないわけではなく、危機感をなくしてしまっただけではない。それでも、本以外のことで、様々な分野のものに共通の趣味を持つ人同士が集まり、意見を共有したり、時にはその知識を他の人々に披露したりすることは、人々にとっては一種の生涯学習に繋がることも考えられ、また、図書館にとっても新しい時代に対応していくために、これまで利用していなかった層の意見を聞いたり、より図書館の外のことを知り、取り入れていったりするための場ともなる。

それにより図書館の役割というものが問われ、図書館のやることの範疇ではない、という批判も生まれる可能性は大いにある。もちろん、図書館の役割として、資料を収集・保存し、それを人々に平等に提供していくことが前提であり、それが疎かになることがあってはならない。しかし、例えば、アメリカの図書館でプログラミングや工作の講座が行われているように、これまでの図書館の役割そのものを見直す必要は迫っている。時代が変わる中で、人々の求めるものも変わっていくからこそ、これまでの枠にこだわらない形で、図書館という現実の場を活かしていく必要がある。

¹⁾ 「デジタルネイティブ」『日本大百科全書』<https://kotobank.jp/word/>, (参照 2018-07-09).

²⁾ 日本出版販売『出版物販売額の実態 2017』2017.

³⁾ 西村圭史「0歳児の2割、ほぼ毎日スマホ 4年前の調査から6倍に」『朝日新聞デジタル』2017.10.24.
<https://www.asahi.com/articles/ASKBL6D2KKBLUTFK025.html>, (参照 2018-09-25).

- 4) 総務省「平成 29 年版 情報通信白書」<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h29/pdf/index.html>, (参照 2018-09-25).
- 5) 全国学校図書館協議会・毎日新聞社「第 63 回学校読書調査」<http://www.j-sla.or.jp/material/research/63.html>, (参照 2018-09-25).
- 6) 腰越滋「子どもの「不読」現象の背景要因は何か? 「第 57 回学校読書調査」の分析結果に基づく再考察」『東京学芸大学紀要 総合教育科学系』 vol. 67, no. 1, p.31-41, 2016. 2.
- 7) 日本図書館協会「日本の図書館統計 2017」<http://www.jla.or.jp/library/statistics/tabid/94/default.aspx>, (参照 2018-09-25).
- 8) 平成 29 年度「全国学力・学習状況調査報告書」<http://www.nier.go.jp/17chousa/kekkahoukoku/report/data/17qn.pdf>, (参照 2018-09-25).
- 9) 「図書館で本の福袋スタート 新たな出会いのきっかけに」品川区ホームページ 2018.1.5.
<http://www.city.shinagawa.tokyo.jp/PC/shinagawaphotonews/shinagawaphotonews-2018/hpg000032869.html>, (参照 2018-09-25).
- 10) 「3D プリンター利用サービスのご案内」塩尻市立図書館ホームページ <https://www.library-shiojiri.jp/guide/3dprinter.html>, (参照 2018-09-25).
- 11) 伊東直登「塩尻市立図書館で 3D プリンター利用をスタート」『カレントアウェアネス・ポータル』 E1730, No.292, 2015.11.12. <http://current.ndl.go.jp/e1730>, (参照 2018-09-25).
- 12) 株式会社図書館流通センター「イチオシ図書館イベント」2016.11.3. 掲載, 2017.8.21,
https://www.trc.co.jp/topics/event/e_yamato.html, (参照 2018-09-25).
- 13) 梢みい「ユニークなものづくり図書館! 福岡「ふくちのち」は赤ちゃん連れでも楽しい」『LINE トラベル』 2018.3.14 <https://www.travel.co.jp/guide/article/31369/3/> (参照 2018-09-25)
- 14) 望月亮輔「Pepper が図書館で質問回答。全国で運営する 500 館への Pepper 導入を目指す図書館流通センターの取り組みとは」『ロボスタ』 2016.8.3.
<https://robotstart.info/2016/08/03/trc-pepper.html>, (参照 2018-09-25).
- 15) 佐藤翔「図書館が SNS を活用していくためには」『図書館雑誌』 vol.111, no.4, 2017, p. 220-223. 引用は p.220.
- 16) 「筑波大図書館 Twitter アカウント、地味にふざける」『togetter』 2014.12.22.
<https://togetter.com/li/760575>, (参照 2018-09-25).
- 17) リアル脱出ゲーム「下北沢謎解き街歩き」ホームページ, <http://realdgame.jp/shimokitano/>, (参照 2018-09-25).
- 18) 東京メトロ「地下謎へ招待状 2017」ホームページ, <https://realdgame.jp/chikanazo/4/event/index.html>, (参照 2018-09-25).
- 19) 「地下謎への招待状 2018」10 月スタート 過去 4 年間で延べ 19 万人が参加 東京メトロ「乗りものニュース」 2018.8.3. <https://trafficnews.jp/post/81202>, (参照 2018-09-25).