

## 参加型のしおり「kumori」一本との出会いを提供する試みー

渡辺 ゆきの\*

参加型サービス「kumori」の紹介を行なう。kumoriとは、本の紹介を投稿するとそれがしおりになり、図書館で配布されるサービスである。しおりには、投稿者からの本の紹介と所蔵情報等が載っている。しおりを投稿者と協同で作成している点が特徴である。

本稿ではまず、kumoriの目的・形状・システム・作成方法・特徴等を紹介する。次にkumoriへの意見、そして課題について述べる。  
キーワード：kumori, 参加型サービス, コラボレーション, しおり, デザイン, User-Created-Content

### 1. はじめに

「どのような図書館が魅力的か？」

この問には様々な答えがあると思う。筆者が考える魅力的な図書館は、「自分の世界を広げてくれるような本と出会えるような図書館」である。そこで、どのようにしたらこのような図書館を実現できるかを考えて生まれたのが、「kumori」である。

kumoriとは、本の紹介を投稿するとそれがしおりになり、図書館で配布されるサービスである。筆者の卒業研究の一環として、千葉大学附属図書館の協力を得て、2009年6月から実施が始まった。

kumoriは、ウェブ上の参加型サービスの影響を受けている。現在、ウェブ上には、様々な参加型サービスが存在している。例えば、オンライン百科事典の「Wikipedia<sup>1)</sup>」、ウェブスクラップサービスの「tumblr<sup>2)</sup>」、動画共有サービスの「ニコニコ動画<sup>3)</sup>」等だ。これらのサービスで軸となっているのは、UCC (User Created Content) である。UCCとはユーザーが作成したコンテンツを指す<sup>4)</sup>。本稿では、参加型サービスとは、上に挙げたようなUCCを軸としたサービスを指すこととする。

kumoriもまた参加型サービスであり、さらに投稿者<sup>5)</sup>と協同で作成している点が特徴である。そのため、様々な本を紹介することができ、また投稿者とコミュニケーションをとる機会が多い。

以下、kumoriの事例を紹介した後、kumoriへの意見と課題について述べる。

### 2. kumoriの紹介

#### 2.1 概要

kumoriとは、本の紹介を目的とする参加型のしおりである。サービス自体もkumoriと呼んでいる。現在、千葉大学附属図書館、千葉市中央図書館、成東高校図書館、東

邦大学習志野メディアセンター、お茶の水女子大学附属図書館、筑波大学図書館情報学図書館の6館において、本の紹介の募集とkumoriの配布を行っている。また、海外でも実施する計画が進んでおり、今後英語版のkumoriも登場する予定である。

kumoriに掲載している本の紹介は、すべて投稿者（具体的には、図書館利用者やその職員）によるものである。本の紹介を投稿すると、それがしおりとなり、実施している各図書館で配布される仕組みになっている。なおkumoriには、本の紹介の他、タイトル等の本の情報や所蔵情報、それぞれの本のイメージに合ったアイコンが掲載されている。

以下、本章ではkumoriをはじめた経緯と目的について述べた後、その形状・システム・作成方法・特徴を述べる。

#### 2.2 経緯

冒頭で述べたようにkumoriは、様々な本との出会いを生み出すことを目指して生まれた。

はじめに、本との出会いを提供するウェブ上のサービスに注目した。例えば、Amazon<sup>6)</sup>やウェブ本棚サービスのブックログ<sup>7)</sup>である。これらのサービスでは、本との出会いを促す様々な仕掛けがほどこされている。例えば、レビューやレコメンド、リスト等の機能である。

そこで、これらの機能を図書館のOPACに取り入れたいと思ったが、そのような取り組みはすでに行われていたため、ウェブではなく現実の図書館に応用することを考えた。例えば、返却印を押す紙のようなものを本につけておき、そこに本へのコメントを書き込めるようにすることや、企画展示のテーマ作りに図書館利用者も参加できるようにすることである。しかし、これらの企画について公共図書館の職員の方に意見を伺ったところ、規模の問題等から実現は難しいとの回答であった。

そこで、大きな変化を伴わない小さな変化でできることから始めようと考えた。そうしてたどり着いたのがkumoriである。実際、各図書館でkumoriを実施するのに必要なことは、50cm四方のスペースに、しおりとポスター、投稿用紙と投稿箱を置くのみである。

\*わたなべ ゆきの 千葉大学  
〒263-0022 千葉県千葉市稲毛区弥生町1-33  
Email: yukino@kumori.inf (原稿受領 2010.11.24)

### 2.3 目的

kumori の目的は、本との出会いを提供することと参加型サービスの実験の 2 点である。

まず、様々な本との出会いを提供することが 1 番の目的である。図書館利用者の発見や気づきといった体験を支援したいと考えている。すなわち、「今まで思いもしなかった考え方や世界との出会い」をしおりを通じて提供することを目指している。

次に、参加型サービスの実験という側面もある。すなわち、参加型サービスを実際に行い、その課題点や反響等を調査する目的もある。

### 2.4 形状

kumori の表面には、次の 3 つの情報が載っている(図 1)<sup>8)</sup>。

1. 投稿者からの伝えたいメッセージ (10 字 4 行) + ニックネーム
2. 本のタイトルと著者名
3. アイコン

表面に載せる情報は最小限に絞っている。紹介文とは別に短文の「伝えたいメッセージ」を掲載していることが特徴である。これは、短い文章の方が一目で内容が伝わるだろうと考えたためである。また、1 つ 1 つの kumori に個性を出す目的もある。ここで、今までに投稿された伝えたいメッセージの例を紹介する：

- ・ 「数学とは探求すること。宝石を見つけること」(ニックネーム 楓湖さんから)
- ・ 「いつからおとなになりましたか？いつから子どもをやめましたか？」(Rook さんから)
- ・ 「生きにくい世界だなと感じている人がいる。生きにくさの訳を知りたい。伝えたい」(kuri さんから)

なお、3 のアイコンについては、あらかじめ投稿者からイラストの希望を聞き、運営側で作成している。

kumori の裏面には次の 4 つの情報が載っている(図 2)：

1. 参加者からの本の紹介文 (200 字程度)
2. 参加者の情報 (ニックネーム、職業や年代)
3. 本のタイトル、著者名、出版社
4. kumori が置かれる図書館とその近隣図書館<sup>9)</sup>の所蔵情報

所蔵情報の欄には、その本が所蔵されている図書館名と請求記号を掲載している。また、kumori 実施図書館の近隣の図書館の所蔵情報も載せることで、その図書館にはない本についても入手方法がわかる仕組みになっている。これにより、別の図書館を利用するきっかけになることも期待している。さらに、青空文庫<sup>10)</sup>等によって、ウェブ上で読むことのできるものに関してはその情報も掲載している。

### 2.5 システム

投稿をもとにしおりを作成し、出来上がったしおりを図書館で配布している。図 3 は千葉大学附属図書館で実施し

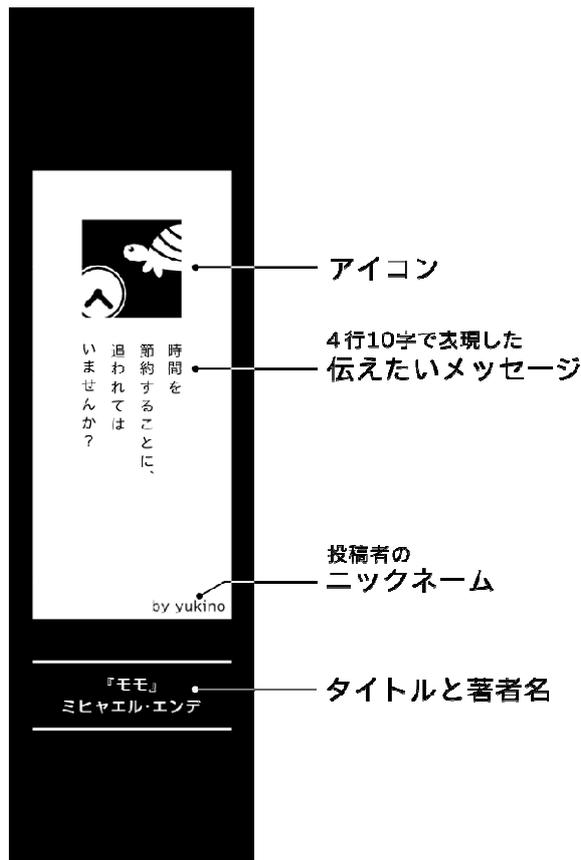


図 1 kumori の表面

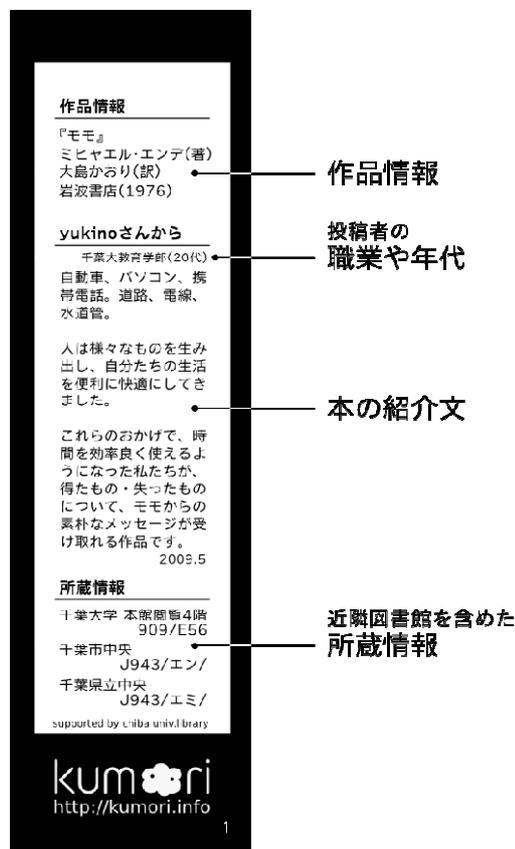


図 2 kumori の裏面

ている様子である。



図3 千葉大学附属図書館の kumori コーナー

千葉大学附属図書館と千葉市中央図書館には、筆者が毎週 50 枚程度しおりを置いている。また、その他の図書館については、各実施図書館の職員の方や協力してくれる学生の方に 200 枚程度をまとめて渡し、配布してもらっている。

しおりに掲載している内容はウェブサイト (<http://kumori.info>) にも掲載している。作成した kumori のそれぞれのページを用意しており、これらのページにはさらに、2010 年 11 月から、試験的にコメント欄と twitter ボタン<sup>11)</sup>を設置した。設置理由は kumori のユーザー同士の交流を望む声があったためである。

■ kumori への投稿方法は次の 2 通りである：

- ・ kumori 実施図書館にある投稿用紙に記入し、設置された投稿箱へ
- ・ kumori のウェブサイトにある投稿フォームからこのように参加手段を複数用意することで、より多くの人が参加できるように配慮している。

■ 投稿の際に記入する項目は以下である：

- ・ 本の情報 (本のタイトル・著者名・出版社)
- ・ 伝えたいメッセージと本の紹介文、アイコンに描いてほしいもの、kumori への一言意見
- ・ 投稿者情報 (ニックネーム、連絡先、職業・所属、年代)

なお、「職業・所属」「年代」「アイコンに描いてほしいもの」「kumori への一言意見」の 4 項目は任意であり、その他の項目は必須項目となっている。また、伝えたいメッセージと本の紹介文には、本からの引用は掲載できないという注意書きを投稿用紙 (裏面) と投稿フォームに載せている。これは引用文を掲載したものを配布する場合、著作権者の承諾が必要のためである<sup>12)</sup>。

出来上がった kumori は、投稿者に感謝の気持ちを伝えたいと思い、できるだけ直接会って渡している。遠方の場合は、郵送している。また、投稿者や図書館利用者に対してアンケートを実施したり、kumori 実施図書館には感想

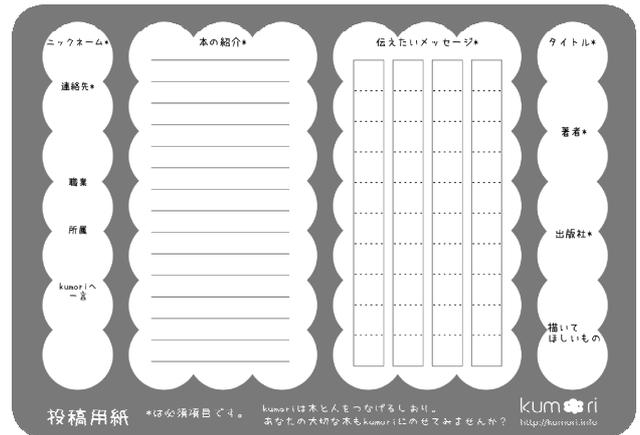


図4 投稿用紙の表面

や意見を書き込めるノートを設置したりすることで、サービスの向上に活かしている。投稿者からの具体的な意見については、3.2 で述べる。

## 2.6 作成方法

しおりとなる kumori のレイアウトデータの作成には、オープンソースで開発されている Inkscape を用いている。2010 年 8 月からは、表面と裏面のレイアウトに関しては部分的に自動生成を行っている。具体的には、YAML (YAML Ain't a Markup Language)<sup>13)</sup>で投稿データを用意しておき、それを SVG (Scalable Vector Graphic)<sup>14)</sup>に変換している。これによって、レイアウトにかかる時間が大幅に短縮できた<sup>15)</sup>。実際には、投稿内容を YAML で次のように表現している：

```
---
creator: yukino
title: モモ
author: ミヒヤエル・エンデ
publisher: 岩波書店
publication_date: 1976
message: |
    時間を
    節約することに、
    追われては
    いませんか？
comment: |
    自動車、パソコン、携帯電話。道路、電線、水道管
    人は様々なものを生み出し、自分たちの生活を便利に快適
    にしてきました。
    これらのおかげで、時間を効率良く使えるようになった私
    たちが、得たもの・失ったものについて、モモからの素朴
    なメッセージが受け取れる作品です。
---
```

そして、YAML から自動生成した SVG を A4 用紙に印刷し、10 等分に切り分け、kumori を作成している。

## 2.7 特徴

kumori の特徴を述べる前に、図書館における他の企画と kumori を比較する。

### 2.7.1 図書館における企画の分類

表 1 は、図書館における企画を形態別とコンテンツの作成主体別で分類したものである。なおこの他に、講座・演奏会・ブックハンティング等もあるが、kumori とは性格が異なるため、ここでは扱わない。

表 1 図書館における企画の分類

作成主体 形態	運営者型	ユーザー型	コラボ型
展示型	企画展示	POP	
配布型	ブックリスト	文集・絵本	kumori

表 1 の形態について、展示型とは本や作成した掲示物等を展示する企画、配布型とは定期刊行物等を配布する企画を指す。また作成主体について、コラボ型は企画の運営者とユーザーが協同でコンテンツを作成するものを指す。以下各項目の例を挙げる：

- ・ 運営者型 … 展示運営者型としては、図書館員によるテーマ企画展示作り<sup>16)</sup>、配布運営者型としては、図書館員によるブックリストの作成がある。
  - ・ ユーザー型 … 展示ユーザー型としては、本の POP<sup>17)</sup>の募集、配布ユーザー型としては、手作りの絵本・紙芝居の募集<sup>18)</sup>等がある。
  - ・ コラボ型 … kumori は配布コラボ型にあたる。また、展示コラボ型としての試みを千葉大学附属図書館で実施している「てとり文庫」<sup>19)</sup>にて行う計画である。
- 以下、kumori の特徴を 5 点に分けて、述べる。

### 2.7.2 参加型サービスである点

kumori の最大の特徴は、参加型サービスという点である。kumori には、誰もが参加できるため、様々な視点から選ばれた本の紹介が集まる。ただし、3.3 の課題で述べるように、参加型サービスにはユーザー間のトラブル等の課題がある。

### 2.7.3 弱いつながり

2 つ目の特徴は、ユーザー同士のつながりが弱い点である。kumori には、ユーザー同士が直接コミュニケーションをする手段をほとんど用意していない。

一方、ユーザー間のつながりが強い場合は、コミュニケーションをすること自体が参加の強い動機となる。しかし、「mixi 疲れ<sup>20)</sup>」のように、コミュニケーション自体がユーザーの負担となることもある。ここで、参加型サービスにはユーザー間の直接的なコミュニケーションは必ずしも必要ではないことに注意したい<sup>21)</sup>。例えば、tumblr<sup>22)</sup>ではユーザー間の直接的なコミュニケーションはあまり行われていないにもかかわらず、多くのユーザーが利用している。

ユーザーが tumblr を利用するのは、自分のスクラップブックを作るメリットや、reblog<sup>22)</sup>やフォロワー数等の間接的な評価を周りから受けることの嬉しさがあるためであろう。なお、kumori に参加する動機としては、しおりという形となることや自分の本の紹介を広く人に伝えられることが挙げられる。

### 2.7.4 コラボ型である点

3 つ目の特徴は、投稿者と運営側の協同で行っている点である。kumori では、投稿者からの本の紹介をもとに、運営側で文字組みやアイコンのデザインを行っている。このようにデザインを運営側で行うことで、しおりのデザインを統一できる。一方、デザインを行うための費用と時間がかかってしまう。さらに、ユーザー型と比べると、投稿者による制作の自由度は低い。

また、投稿者と協同で作成するため、投稿者とのコミュニケーションの機会が多い。そのため、投稿者からの意見を直接聞くことができる。kumori では、投稿者に出来上がったしおりを直接会って手渡す等、コミュニケーションの機会を積極的にとるようにしている。

### 2.7.5 配布型である点

4 つ目の特徴は配布型という点である。kumori は図書館で配布されるため、投稿者からのメッセージを様々な人に届けることができると考えている。また、しおりという形態のため、人の手から手に渡っていくことも可能である。一方で、製作には費用や時間がかかり、さらに紙やインクといった資源も実施規模・期間に応じて多くなってしまふ。

### 2.7.6 デザインを重視している点

kumori を手にとってもらえるかどうかは、デザインによる影響が大きいと個人的に考えている。そのため、しおりのデザインを重視している。具体的には、茶色と薄いベージュの 2 色のみを使い、落ち着いた雰囲気の外観とすることで、多くの人に受け入れてもらえるようなものを目指している。また、印刷する紙は、さわり心地が良く、しおりとして適度に厚い紙<sup>23)</sup>を使用している。さらに、インクは耐水性や耐光性を考え、顔料インクのものを使用している。

表 2 kumori の配布枚数と投稿枚数

	配布枚数	投稿枚数
千葉大	3480	18
千葉市中央	3040	12
成東高校	400	9
東邦大	300	ウェブのみ
お茶大	60	2
筑波大	130	0
ウェブ	—	8
その他	150	6
合計	7560	55

### 3. 現状と課題

#### 3.1 配布枚数・投稿枚数、投稿者の割合

今までに配布したしおりの枚数は6館合わせて約7,560枚、kumoriへの投稿枚数は55枚である(2010年12月)。表2はkumori実施図書館におけるkumoriの配布枚数とkumoriへの投稿枚数を表したものである。

図5は投稿者数延べ55人の年代別のグラフである。なお、50代・60代からの投稿は、すべて実施館に置いた投稿用紙からであった。また、10代の投稿の半数以上は成東高校図書館からであった。

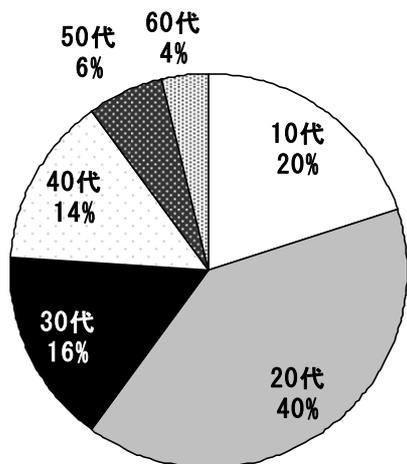


図5 投稿者の年代別のグラフ

#### 3.2 kumoriへの意見

投稿者に対して、kumori完成後にアンケート調査を行っている。アンケートをとることができた22名からの主な意見や感想を挙げる。

- ・しおりになってうれしい、デザインしてくれてうれしい(22名)
- ・伝えたいメッセージ・本の紹介が良い(15名)
- ・家族や友人に紹介したい、配りたい(11名)
- ・設置コーナーをもっと良くした方が良い(6名)
- ・伝えたいメッセージを考えるのが難しい<sup>24)</sup>(3名)
- ・もっと色々なデザインがあってほしい(2名)
- ・他のユーザーとコミュニケーションをしたい(2名)

しおりになることや、様々な人からの本の紹介があることは好意的に受け取られているようである。一方で、設置方法やデザインについては改善の必要性を感じた。

また、他のユーザーからの反応が欲しいという意見もあった。そこで、前述のように試験的にウェブサイトコメント機能とtwitterボタンを設置した。今後、ユーザー同士のコミュニケーションを促す、さらなる機能がkumoriに必要なかどうか判断しようと考えている。

### 3.3 課題

#### 3.3.1 サービス運用にかかるコスト

1つ目の課題は、コストである。kumoriにかかっている主なコストは、しおりの製作費用と製作時間である。具体的には、費用は、しおり1枚あたり紙代とインク代を合わせて約10円である。また製作時間については、しおり10枚の印刷・裁断に約10分かかっている。また、1つのアイコンにつき、最低5時間はかけてデザインを行っている。

#### 3.3.2 参加型の危険性

2つ目の課題として、ユーザーが自由に投稿できるというシステムが持つ危険性がある。これは参加型サービス一般に共通する課題である。一般にウェブ上の参加型サービスにおいて、例えば、悪意を持ったユーザーによって、いたずらや排斥・中傷が行われる可能性がある。このような悪意のある書き込みを減らす方法として、会員制<sup>25)26)</sup>やスパムフィルター<sup>27)</sup>、あるいは承認制<sup>28)</sup>にすることが知られている。また、ユーザー同士の間でトラブルが起こる危険性もある。場合によってはサイトの管理責任を問われ、裁判にいたる可能性もある<sup>29)</sup>。

kumoriにおいても同様の危険性がある。例えば、タブーに関する話題を扱った本をkumoriで紹介することで何らかの問題が発生する可能性がある。今のところこのような問題は起きていないが、今後、図書館やコミュニティサイトの関係者と議論を行い、明確な基準を作っていく必要がある。

### 4. おわりに

kumoriの目的は、「自分の世界を広げてくれるような本との出会い」を提供することであった。この当初の目標を達成できているかということ、まだまだ達成できているとはいえない。今後もユーザーから意見を聞き、サービスの向上に努めていきたい。

図書館に設置しているノートに、「kumoriを楽しみにしている」、「この図書館が好きになった」というコメントがあった。また、kumoriを集めているという人にも会えるようになった。kumoriには多くの人の協力が必要である。現在までに様々な人に支えられてきた。感謝するとともに、これからもより多くの人に喜んでもらえるようなサービスを目指していきたい。

#### 注・参考文献

- 1) Wikipedia. <http://en.wikipedia.org/> [accessed 2011-01-02]
- 2) tumblr. <http://www.tumblr.com/> [accessed 2011-01-02]
- 3) ニコニコ動画.  
<http://www.nicovideo.jp/> [accessed 2011-01-02]
- 4) UCCという概念は新しいものではない。例えば、伝言板への書き込みやラジオ・雑誌へのハガキの投稿等もUCCといえる。UCC (User Created Content) の代わりに、UGC (User Generated Content) やCGM (Consumer Generated Media) と呼ばれることもある。例えば、tumblrはユーザーが写真や文章等を引用することで、コンテンツが作成される、スクラップ帳のようなサービスである。そのため、ユーザーはコンテンツを創作しているというよりは、単に生成しているだけのため、UGCと呼ぶ方が適切だろう。しかし、これらの言葉を

使い分けるのは本稿では本質的ではないと判断したため、すべて UCC と呼んだ。

- 5) kumori に投稿した人のこと。しおりを手にとった人も含めて kumori のユーザーと呼びたいため、kumori に投稿した人をユーザーではなく、特に投稿者と表した。
- 6) Amazon. <http://www.amazon.co.jp/> [accessed 2011-01-02]
- 7) ブクログ. <http://booklog.jp/> [accessed 2011-01-02]
- 8) kumori のサイズは、A4 用紙を 10 等分した大きさよりも少し小さめ（縦約 14cm×横 4cm）である。
- 9) 例えば、千葉大学附属図書館にて配布している kumori には、近隣にある千葉市図書館と千葉県立中央図書館の所蔵情報を掲載している。
- 10) 主に著作権が消滅した文学作品を集め、公開している電子図書館。青空文庫. <http://www.aozora.gr.jp/> [accessed 2011-01-02]
- 11) ミニブログサービス, twitter (<http://twitter.com/>) に投稿できるようにするためのボタン。
- 12) ある出版社に問い合わせ、回答をいただいた。
- 13) データ形式の 1 種。XML (eXtensible Markup Language) に汎用性では劣るが、読みやすく作成しやすいことが特徴。
- 14) XML によるベクター方式の画像形式。ベクター方式とは点で結ばれた線として図形を表す方法で、劣化せずに拡大や縮小できるといった特徴をもつ。また XML のため、自動生成等が容易。
- 15) この YAML のデータによって、ウェブサイトも自動生成している。
- 16) 一般的に企画展示は図書館員が作成するが、もちろんユーザー型・コラボ型の企画展示もあり得る。例えば、大阪府池田市立図書館では図書館利用者に展示スペースを貸し出し、自由にコレクション等を展示できる取り組みを行っている。池田市立図書館. 展示作品を募集.  
<http://www1.lib-ikedacity.jp/osirase/robitenji/robitenji.htm> [accessed 2010-12-08].
- 17) 書店でよく見かける、おすすめ本の紹介カード。近年、図書館でも利用者に POP 作成の募集をかけている例が見られる。
- 18) 例えば、岩手県読書推進運動協議会では、手作り絵本・紙芝居を募集し、作品を展示・販売している。岩手県立図書館. 読書推進標語・手づくり絵本募集.  
[http://www.library.pref.iwate.jp/oshirase/syukan\\_bosyu/dai64kai/64\\_bosyu.html#ehon](http://www.library.pref.iwate.jp/oshirase/syukan_bosyu/dai64kai/64_bosyu.html#ehon) [accessed 2011-01-06]
- 19) 2010 年 6 月から千葉大学附属図書館で始まった、本の紹介を

目的とした企画展示。

千葉大学附属図書館. 「てとり文庫」ショパン&シューマン、ノーベル賞 開催中.

<http://www.ll.chiba-u.ac.jp/~news/modules/news/index.php?page=article&storyid=337> [accessed 2010-12-08].

- 20) mixi に参加していた人がコミュニケーションに疲れて突然 mixi を辞めてしまうこと。ここで mixi とは SNS のひとつ。はてなキーワード. mixi 疲れとは.  
<http://d.hatena.ne.jp/keyword/mixi%C8%E8%A4%EC> [accessed 2011-01-06].
- 21) 株式会社 Parmy 取締役の大迫正治氏は『「コミュニティ」は Web2.0 サービスの必要条件ではない』という記事で同じような主張をしている。大迫 正治. 「コミュニティ」は Web2.0 サービスの必要条件ではない.  
[http://blogs.itmedia.co.jp/repedant/2007/05/web20\\_5bcd.html](http://blogs.itmedia.co.jp/repedant/2007/05/web20_5bcd.html) [accessed 2010-12-09].
- 22) 他の人の記事を自分のページに引用する機能のこと。
- 23) kumori には厚さ 0.28mm の紙を使用している。官製はがきの厚さは 0.22mm であり、それよりも少し厚めである。
- 24) 伝えたいメッセージを考えてもらうことによって、投稿内容の質向上の効果も期待している。本稿では述べなかったが、参加型サービスには、ユーザーが生み出すコンテンツの質をどう維持・向上するかという課題もある。また、投稿に対する動機付けをどのように設計するかも大きな課題のひとつである。
- 25) 伊藤将雄 他. Web コミュニティでいちばん大切なこと. インプレスジャパン, 2007, 256p.
- 26) 会員のみ投稿を許可する方法。会員が違法な書き込みを行った場合、会員の ID 単位による書き込みの制限をすることができる。前掲 25) 参照。
- 27) 例えば、URL のみの投稿は受け付けないなど、明らかに迷惑行為と判断できる書き込みを自動的に削除する方法。前掲 25) 参照。
- 28) 投稿を掲載するかどうかを人の手で決める方法。スパムフィルターよりも確実。しかし、利用者が増えるに従い、コストが非常に大きくなる。前掲 25) 参照。
- 29) 例えば、2ちゃんねるの元管理人西村博之氏は、掲示板の管理責任等の問題で多くの民事訴訟を抱え、多額の賠償債務を負っている。前掲 25) 参照。

**Special feature:** How and what to use social service. Try to help people find books by a user-created-bookmark, 'kumori'. Yukino WATANABE (Chiba University, 1-33 Yayoi-cho, Inage-ku, Chiba-shi, CHIBA 263-8522 JAPAN)

**Abstract:** We introduce a service called kumori. Kumori is a user-created-bookmark, and it contains information about a book and a user. At several participating libraries, if you post your introduction about book to a kumori, then bookmarks are made and distributed. Kumori is marked by collaboration with users.

**Keywords:** kumori / collaboration / User-Created-Content / bookmark / design