

平成 23 年度 東北地区大学図書館協議会 フレッシュ・パーソン・セミナー
グループ討議 5 班

「図書館の企画・広報・PR—利用者に図書館をもっとよく知ってもらうために—」

日時：2011 年 11 月 17 日

場所：東北大学附属図書館

5 班では、まず現在まで各大学図書館で工夫してきた企画・PR 等について各々報告しました。オープンキャンパスでの本探しゲームやエコバックづくりや月見カフェといったイベント、著者講演・懇談会の開催（東北工業大学）、100 周年での貴重本展覧会や HP でアンケート形式によるクイズに回答してもらい図書館のオリジナルグッズを景品として出すなど、それぞれの大学の持ち味を生かした企画が行われていることがわかりました。

ただ、こうしたいわゆる「目玉企画」の共通の問題点として、継続的な利用者の増加にはつながらず、その企画の時だけの利用者になってしまっているようだとの感想がどの大学担当者からもありました。

そこで次に、継続的な利用者の増加につなげる企画・PR を報告、検討しました。図書館利用促進のためのポイントカードの作成を企画している、あるいはすでに実用化しているといった報告がありました。例えば授業のない土日は利用者が少なくなる傾向があり、ポイントを 2 倍にするなどです。カウンター近くにベストセラーコーナーを設け、さらに本はカバーや帯をつけたまま展示するなどして利用者の見目に訴える工夫も見られました。またベストセラーコーナーの本については消耗品として購入している大学もありました。なによりもまず図書館に興味を持ってもらうことが大切だとして連続ドラマの視聴覚資料や日本のコミックの英語版を充実させているという例や、工科系の図書館では「大人の科学マガジン」の付録を展示しているなど、これまでの図書館イメージでは考えられなかったような事例もありました。

総括として以下の 3 点をメンバーの共通認識としました。

第一に試行錯誤から学ぶということ。利用促進のための PR にこれが正しい、あれが間違いはありません。初めて選書ツアーを企画したが学生がなかなか集まらなかった、アピールの仕方が足りなかったのでは、という反省がありましたが、一方で参加した学生からは好評で今後は口コミでも広まってゆきそうな感触が得られたという報告もありました。

第二に図書館の中だけに目を向けてはいけないということです。掲示やポスターをいくら図書館の中だけに貼っても、はじめから図書館に足を運ばない学生の目には触れません。学生がよく通る講義棟の目立つ場所に貼ってもらったり、生協に協力を依頼し、食堂のテーブルの上に新しい企画をアピールするミニ広告塔を乗せてもらったりという例もありました。また教員のお勧め図書を展示したところ、直接的な集客にはつながらなかったものの、以後教員とのコミュニケーションが活発になり、ガイダンス時の協力が容易になったという例があり、あらゆる方面に協力体制を作ってゆくことが大事だと認識しま

した。

最後に、これまでなかった新しいものを利用しない手はないということです。HPでの利用案内はもはやどこでも行われていますが、学生からの要望で **iphone** でのアクセスも可能にしている大学もありました。もちろん予算面や人員の限界があり、無尽蔵に学生の要望を実用していくというわけにはいきませんが、これまでの大学図書館イメージにとらわれず、時代に応じた新しい大学図書館像を自分たちで作りに上げていくという姿勢が大切だと認識しました。

記録

福島大学 猪股淳行