

国立大学図書館協会地区協会助成事業 実施報告書

地区名	九州地区（主担当大学：九州大学）
事業名	「図書館利用促進事例発表会」の実施および「図書館利用促進活動の推進」
事業目的・趣旨	近年、学生の活字離れが問題となっており、大学図書館においても、図書館離れ、入館者の減少等が生じている。図書館を自立的学修の端緒とするためには、図書館を活用することの魅力を学生に伝えなければならない。そのために各大学図書館においては、図書館単体での企画のみならず、生協や学内部署との連携、学生協働など、多様な取り組みを行っているが、その内容は必ずしも大学間で共有されていないのが実情である。 本事業では、図書館利用促進の様々な実践事例を共有することにより、それぞれの大学の活動に活用するとともに、実際の図書館利用促進活動の推進を図るものである。 なお、九州地区では、平成 22 年度より毎年、国公立大学図書館合同で「LibraryLovers' キャンペーン」を実施し、図書館利用促進の取り組みを共同で進めているところであり、本事業は、国立大学のみならず、公私立大学の図書館利用促進活動にも資するものである。
実施内容	【1】「大学図書館利用促進事例発表会『そのアイディア、いただきます！』」の開催 ■日時：平成 26 年 8 月 7 日（木）15:00-17:00 ■場所：九州大学 21 世紀交流プラザⅡ セミナー室 ■参加者：31 名 （内訳）国立大 9 館 20 名、公立大 1 館 1 名、私立大 6 館 8 名、高校 2 校 2 名 ■プログラム： 15：00 開会 15：05 「Library Lovers' キャンペーンと図書館利用促進」 Library Lovers' キャンペーン事務局：九州大学 15：30 事例発表 ① 15：30～15：45 九州大学附属図書館 ② 15：45～16：00 福岡国際大学・福岡女子短期大学図書館 ③ 16：00～16：15 志學館大学図書館 ④ 16：15～16：30 佐賀大学附属図書館 16：30～17：00 質問タイム・全体討議 17：00 閉会 ■ポスター・グッズ展示 25 年度までの LibraryLovers' キャンペーン参加館の取り組みを、大学ごとにポ

	スターで紹介（14 大学 15 館のポスターを展示）。併せて、各館で製作したキャンペーン関連のグッズやリーフレットなどを公開展示 ■ウェブ公開 上記事例ポスター及び発表資料を、九大図書館ウェブサイト(イベントのページ)で公開 https://www.lib.kyushu-u.ac.jp/ja/events/1452 【2】LibraryLovers' キャンペーンによる図書館利用促進活動の推進 ■キャンペーンの概要・目的 九州地区の大学図書館が合同で、平成 22 年度から毎年実施している図書館利用促進キャンペーン。平成 24 年度からは九州地区大学図書館協議会の事業として実施している。目的は以下のとおり。 1) 主として学生を対象とした図書館の利用促進、読書推進 2) イベントを企画、運営することによる、図書館職員のスキル向上 3) 大学を超えた人的ネットワークの形成 4) 九州地区大学図書館間での取り組み事例やアイディアの共有 5) 図書館活動の学内外へのアピール ■キャンペーン期間：平成 26 年 10 月 20 日（月）～11 月 16 日（日） ■キャンペーン実施体制： 九州地区大学図書館協議会加盟館から募集したワーキンググループメンバー 9 名で企画運営・広報を担当。同協議会加盟館、及びその他九州地区の大学・短大・高専図書館から募集した合計 37 大学が参加して実施した。 ■26 年度の九州地区合同企画： 「衝撃のワンフレーズ-このひと言が、あなたを変える」 学生・教職員から本を読んで衝撃を受けた「ひと言」を募集する。各館に投稿された「ひと言」を PDF ファイルにしてクラウド上にアップロードして共有し、各参加館がそれらをダウンロードして印刷・展示する。 ■投稿促進グッズの製作： 九州地区合同企画の投稿促進グッズとして、助成金によりキャンペーンオリジナルトートバッグを製作し各参加館に配布、投稿してくれた利用者にプレゼントした。 ・仕様：本を入れることを想定し、素材は不織布で、丈夫さを重視した厚手のもの、大きさは A4 サイズとした。 ・デザイン...企画名「衝撃のワンフレーズ」のイメージと重なる稲妻を中心としたデザイン ・数量...予算内で作成出来る最大個数 650 個を作成 ・参加館への配付数...合同企画参加館の学生数を基に、昨年度までの合同企画参加状況を加味して算出
--	--

	➤ 投稿された「ひと言」件数：853 件（学生、教員合わせて） ➤ キャンペーンオリジナルトートバッグの配布数：430 個
事業の成果 （アンケート調査 結果、事業への意 見・感想等）	【1】「大学図書館利用促進事例発表会『そのアイディア、いただきます！』」の開催 ＊アンケート結果及び実施報告：別紙1のとおり 発表会では、各館の特色に応じた多様な取り組みが紹介され、その苦労や工夫など直接聞くことができる貴重な機会となった。アンケート結果によると、参加者から「自館でもやってみたい企画」がそれぞれ挙げられ、事例やアイディアの共有・展開に効果があったと思われる。今後の各館における図書館利用促進企画の充実につながることを期待したい。また、「もっと詳しくききたいこと」として、複数の参加者から効果の測定に関することが挙げられ、利用促進の取り組みにおける効果測定及び評価について考えていく必要があると思われる。 【2】LibraryLovers' キャンペーンによる図書館利用促進活動の推進 ＊アンケート結果及び実施報告：別紙2のとおり 例年、各館において学生のキャンペーン参加促進のために様々な工夫を凝らしているが、やはり参加を促すインセンティブがほしいという要求が高く、本事業による投稿促進グッズの製作配布は、そのひとつの方法として有効であった。今回のオリジナルトートバッグそのものは参加館からの評価も高く、一定の促進効果はあったといえる。配布数については、足りなかったところ、余ったところなどがあったが、送料がかかるため途中で融通しあうことができなかった。広域な取り組みでグッズ等を製作・配布する難しさがあり、今後の課題である。 【全体】 LibraryLovers'キャンペーンでは、「大学図書館利用促進事例発表会」やブログ等により共有された他大学の事例を参考に、いずれの館も、合同企画・広報ともに様々な工夫がなされ、独自企画もよりバリエーション豊かに実施された。アイディア・事例の共有、図書館利用促進活動の推進という点で、本事業は直接的な効果があったと思われる。また、web 上で事例を公開したことで、九州地区のみならず広く共有することができ、今後の波及的な効果が見込まれる。
経費	・事例発表会発表者旅費・交通費：28,720 円（4 名分） ・キャンペーングッズ製作費： 97,956 円（トートバッグ 650 枚） ・キャンペーングッズ送料： 19,250 円 ・消耗品（ラベル用紙等）： 2,394 円 合計： 148,320 円

国立大学図書館協会地区助成事業
「大学図書館利用促進事例発表会『そのアイデア、いただきます!』」
実施報告

2014.8.29 利用支援課サービス企画係

1. 概要

日時：平成 26 年 8 月 7 日（木）15:00-17:00

場所：九州大学箱崎キャンパス 21 世紀交流プラザⅡ セミナー室

主催：九州地区国立大学図書館協会（国立大学図書館協会地区助成事業）

参加者：31 名（高校生 2 名含む）

（内訳）国立大学 9 館 20 名、公立大学 1 館 1 名、私立大学 6 館 8 名、高等学校 2 校 2 名

2. 内容

（1）事例発表

- ① 九州大学附属図書館 文系合同図書室資料サービス係 吉丸 梓 氏
「LibraryLovers' キャンペーン事例報告」
- ② 福岡国際大学・福岡女子短期大学図書館 図書館情報課 大橋 祐子 氏、石丸 絵里 氏
「Library Lovers' に参加して キャンペーンを学生にアピールするには」
- ③ 志學館大学図書館 総務課 権丈 智美 氏
「Library Lovers' キャンペーンと図書館利用促進」
- ④ 佐賀大学附属図書館 学術研究協力部情報図書館課 電子情報担当 北原 綾子 氏
「佐賀大学「収穫の秋 読書の芋。」について」

（2）事例ポスターの展示 *昨年度の参加館に事例ポスターの作成を依頼

九州工業大（本館・情報工学部分館）、九州情報大、中村学園大、福岡国際大・福岡女子短期大、筑紫女学園大、九州大、長崎大、大分県立芸術文化短期大、熊本大、熊本県立大、宮崎大、鹿児島大、志學館大、琉球大

計 14 大学 15 館 （国立 8 館、公立 2 館、私立 5 館）

（3）キャンペーングッズ、リーフレット等の展示

大分県立芸術文化短期大、福岡国際大・福岡女子短期大、長崎大、九州大より、リーフレット、しおり、スタンプカード等

*事例発表スライド、事例ポスターについては、九大図書館ウェブサイト（イベントのページ）で公開 （TOP>イベント[一覧]>アーカイブ <https://www.lib.kyushu-u.ac.jp/ja/events/1452>）

3. アンケート結果より

- ・これまで Library Lovers'キャンペーンに参加したことのない大学からは、今後参加したいとの回答があり、今年度のキャンペーンの活性化ひいては大学図書館利用の活性化につながる取り組みとなったと思われる。
- ・参加者からは、「自館でもやってみたい企画」がそれぞれ挙げられ、事例やアイディアの共有・展開に効果があったと思われる。今後の各館における図書館利用促進企画の充実につながることを期待したい。
- ・「もっと詳しくききたいこと」では、複数の参加者から効果の測定に関することが挙げられ、利用促進の取り組みにおける効果測定及び評価について考えていく必要があると思われる。

4. 総括

- ・各館の特色に応じた多様な取り組みが紹介され、その苦労や工夫など直接聞くことができる貴重な機会となった。
- ・事例発表に加え、九州地区全体から多くの事例ポスターやグッズ等が集まり、さまざまな事例を共有することができた。短い準備期間ではあったが、ポスターテンプレートを作成して配布したことが功を奏したと思われる。
- ・Library Lovers'キャンペーン 2014WG メンバーを除いては、ほとんどが福岡県内からの参加であったが、発表資料及び集まった事例ポスターをウェブ上に公開し、九州地区全体での共有を図った。
- ・九州大学オープンキャンパス（8/2・4 開催）で来館した福岡高校の図書委員の生徒と図書館利用促進についての話をしたのがきっかけで、高校生 2 名（福岡高校及び雙葉高校の図書委員）が飛び入り参加した。大学生のオススメ図書を高校で紹介してはどうかといった提案もなされ、高大連携のひとつの切り口として新たな発見であった。この件については、入試課へのオープンキャンパス実施報告に加える予定である。

アンケート結果 回答数：20

1(1) 所属

国立大学	9
公立大学	1
私立大学	7
高校	2
記載なし	1

1(2) 勤続年数

1年以上3年未満	8
3年以上5年未満	2
5年以上10年未満	2
10年以上20年未満	4
記載なし	4

2(1) これまでキャンペーンに参加したことがありますか？

ある	15
ない	3
記載なし（高校生）	2

2(2) 「ある」→参加の形態は？

参加館として	11
WGメンバーとして	4

2(3) 「ない」→今後参加してみたいと思ったか？

はい	3
----	---

3(ア) 気になった企画

- ・どの企画もそれぞれに。
- ・食堂とのコラボ
- ・芋配布（ツッコミ待ちという戦術がすばらしい）
- ・謎解き企画…学生の関心は高そう
- ・迷子の本を探せ…見つかるものなのか…
- ・九州大学さんの、「本のリユース」は良さそうだと思います。
- ・芋（実物）をプレゼントする。
- ・ビブリオバトル
- ・おいもプレゼント
- ・中村学園大学で行われた、おいもを使った料理のレシピを紹介している企画はおもしろかったと思う。
- ・九州大学「私の本棚」
- ・福岡国際大学「一冊の本」コーナー
- ・スタンプラリー
- ・筑女 ビブリオバトル
- ・脱出ゲーム
- ・佐賀大学のお芋の話がとても気になりました。
- ・さつまいもプレゼント
- ・参加館同士のコメント共有。福高から毎年九大進学者が多く出ることあるので、福高の図書館で九大生オススメの本とかを紹介できたらいいなとおもった。（高校生）
- ・九州文学地図（高校生）
- ・豆本ワークショップ（高校生）

おいもプレゼント	5件
ビブリオバトル	2件

3(イ) 自館でもやってみたい企画

- ・予算がかからないものから取り入れたいと思います。
- ・1冊の本
- ・「本のリユース」

リユース	2件
しおり	3件
ゲーム形式のもの	5件

- ・豆本ワークショップ、しおりデザイン学生募集など。
- ・ビブリオバトル
- ・しおりのデザイン公募は面白い。やってみたいと思います
- ・キャンペーン中の名札の変更
- ・迷子の本を探せ
- ・リユース
- ・ゲーム
- ・しおり配布
- ・大型ディスプレイの活用はぜひやりたいと思います。
- ・レコードを流す企画
- ・図書館脱出ゲーム
- ・さすがにおいもは無理ですが、他部活などと協力して、景品の準備が出来ないのかなと思った。(高校生)
- ・参加型(ゲーム形式)の企画(高校生)
- ・ポップ de ビブリオバトル ex)スタンプラリー、クイズ etc… (高校生)

3(ウ) もっと詳しくききたいこと

- ・効果の算出の仕方
- ・独自企画の考察方法、など。
- ・福岡国際大学さんの「私の本棚」です。
- ・ビブリオバトルについて。
- ・各イベントの参加人数
- ・イベントの効果
- ・展示方法を少しかえるだけで興味を持ったりできると感じました。
- ・みなさんの工夫されているところを学ぶことができました。当館でも取り入れたいと思います。
- ・他部署との連携について
- ・九州文学地図で提示する本の基準について →聞けました！(高校生)

3(エ) その他ご意見・ご感想など

- ・大変参考になりました。ありがとうございます。
- ・お祭り気分で、わいわいと、突き抜けてバカなことをやるのが成功のポイントなのかなと思いました。
- ・同じイベントでも、他大学さんの特徴が出ていて、おもしろかったです。
- ・各図書館の様々な独自の取り組みに刺激を受けました。
- ・それぞれ特色のあるプレゼンで楽しく学べました。
- ・とても参考になりました。ありがとうございました。
- ・なかなかきけない貴重なお話をたくさんきけて、大変参考になりました。今年のモチベーションアップにつながります。
- ・大学と高校では、やはり可能なレベルが違って、純粋におもしろそうだと思います。(高校生)

4 LibraryLovers'キャンペーンへのご要望等

- ・がんばって下さい。
- ・お疲れ様でした。ありがとうございました。
- ・毎年展示や企画を考えるのが楽しく、館員皆で楽しんで参加しています。WG も大変かとは思いますが、テーマの決定(お知らせ)がもう少し早いと助かります…。

Library Lovers' キャンペーン 2014 実施報告

2014.12.25 Library Lovers'キャンペーン 2014WG

Library Lovers'キャンペーン事務局

1. キャンペーン期間

平成 26 年 10 月 20 日(月)～11 月 16 日(日)

2. 目的

- 1) 主として学生を対象とした図書館の利用促進、読書推進
- 2) イベントを企画、運営することによる、図書館職員のスキル向上
- 3) 大学を超えた人的ネットワークの形成
- 4) 九州地区大学図書館間での取り組み事例やアイディアの共有
- 5) 図書館活動の学内外へのアピール

3. 実施体制

- 1) 実施母体:九州地区大学図書館協議会(以下「協議会」という)。H25-27 年度事業の 2 年目。
- 2) ワーキンググループ:キャンペーンの企画運営・広報を担当。協議会加盟館から募集
- 3) 参加館:九州地区大学図書館協議会加盟館、及びその他九州地区の大学・短大・高専図書館から募集
- 4) 事務局:九州大学附属図書館利用支援課

3.1 ワーキンググループ

- ・ 7 大学(国立 6、私立 1)、9 名が参加
- ・ WG メンバーには、会議前の事前研修として、図書館広報、マーケティング等に関する資料を配布
- ・ WG 会議を 8 月 7 日(木)～8 日(金)の 1.5 日間の日程で九州大学中央図書館にて開催。1 日目午後には、国立大学図書館協会地区助成事業「大学図書館利用促進事例発表会」に参加した。
- ・ WG 会議以降は、メールリストで意見交換しながら準備を進めた。

3.2 参加館

合計 37 大学 および鹿児島県大学図書館協議会【別紙 1】 cf.25 年度 45 大学

内訳:国立 11、公立 6、私立 20 / 協議会加盟館 33 館、非加盟館 4 館 初参加は 3 大学

【参加スタイル】

合同企画参加	29 大学(国立 10、公立 4、私立 15) ※うち展示のみ(投稿募集はしない)2 大学	cf.25 年度 26 大学
独自企画のみ参加	1 大学(国立 1)	cf.25 年度 3 大学
広報のみ参加	7 大学(公立 2、私立 5)および 1 協議会	cf.25 年度 16 大学

4. スケジュール

- 5/16 キャンペーン実施要領を九州地区大学図書館協議会に提案(5/30 協議会了承)
- 6/16 キャンペーン企画案募集及び WG メンバー募集(7/3 〆切)
- 8/7-8 WG 会議開催、キャンペーン合同企画決定
- 9/ 4 加盟館あて参加館募集(9/18 〆切)
- 10/ 6 キャンペーン予告開始
- 10/20 キャンペーン開始(～11/17)

5. 実施内容

(1) 参加館合同企画「衝撃のワンフレーズーこのひと言が、あなたを変える」

- ・ **概要:** 学生・教職員から本を読んで衝撃を受けた「ひと言」を募集する。各館に投稿された「ひと言」を PDF ファイルにしてクラウド上にアップロードして共有し、各参加館がそれらをダウンロードして印刷・展示する。
展示方法・展示する「ひと言」の選択は各館自由とする。
- ・ **投稿促進グッズの配布:** 国立大学図書館協会地区助成事業からの助成金により、投稿促進グッズとしてキャンペーンオリジナルトートバッグを製作し、各参加館に配布した。配布数については、各大学の学生(学部生のみ)数に、過去のキャンペーンへの参加状況を加味し決定した。
- ・ **予告広報:** 今回初めての試み。キャンペーン開始まで企画内容を伏せ、インパクトのある予告ポスターで、期待感を演出した。
- ・ **投稿された「ひと言」件数: 853 件(学生、教員合わせて)**
- ・ **キャンペーンオリジナルトートバッグの配布数: 430 個(製作 650 個)**

(2) 各参加館独自企画

参加館アンケート結果【別紙 3】の「3.大学独自企画について」(p.5-)を参照

(3) 広報

(数値は、すべて 11/20 時点のものである)

- ・ 各大学でのキャンペーンポスターの掲示(予告版/本番版)
- ・ キャンペーンホームページ : 参加館紹介・展示風景・開催報告
※2010 年から使用している「FC2 ブログ」の提供元の不祥事により、急遽「ライブドアブログ」に変更
記事数: 38 件
アクセス数: 8211 件(ユニークユーザー: PC(iPhone/Android 含む): 2921 件 携帯: 34 件)
- ・ Twitter : 「ひと言」の紹介
ツイート数: 86 件(リツイート除く)
リツイートされた数: 41 件、お気に入りされた数: 22 件、フォロワー数: 期間中 32 人増加
- ・ Facebook : 参加館紹介・展示風景・開催報告・「ひと言」紹介
投稿数: 42 件
ファン数: 137 件(期間中 57 件増加)、投稿記事への「いいね」数: 276 件
- ・ 新聞掲載 : 日本経済新聞(全国版) 10/29 夕刊「大学生読書のススメ」の記事で、全国大学の読書推進の取り組みのひとつとしてキャンペーンが紹介される

6. まとめ

(1) 事後アンケート

- ・ WG メンバー対象アンケートを実施【別紙 2】
- ・ 参加館対象アンケートを実施【別紙 3】

(2) 報告

- ・ 『文教速報』『文教ニュース』に報告記事を掲載
- ・ 『九州地区大学図書館協議会誌』第 57 号(2014)に報告記事を掲載
- ・ ラーコモラボ通信(平成 27 年 1 月号: 1/15 配信予定)
- ・ 九州地区大学図書館協議会総会での報告(H27.4 予定)
- ・ その他、図書館関係内外の場での発表・投稿等を検討中

7. 総括

(1) WG 体制

- ・ **人数**が 25 年度の 11 名から 9 名に減少し、個々の負担が大きかったと思われる。最低 10 名は確保したい。
- ・ 会議及びキャンペーンの準備については、おおむねスケジュールどおり実施できたが、**スケジュール設定**にもう少し余裕を持たせたほうがよかったと思われる。
- ・ **班分け・作業分担**については、総務担当を新たに設けたのは適切だったが、「総務+web 班」としたため、負担が偏った感がある。また、経験豊富なチーフが、実働に加えアドバイザーの役割も果たしていたため、負担が集中した。チーフは、取りまとめに専念させたほうがよかったかもしれない。その年の WG メンバーのスキルと経験及び実施内容によって最適な方法は異なるため、事前の情報交換や WG 会議の中で見極め、よりよい方法を見つけていく必要がある。
- ・ **キャンペーンの準備に割いた時間の割合**が 50%以上と回答した人が 4 名もあり、WG と自館の準備の両方を並行して行う負担が大きかったようだ。持続可能性を考えると、せめて 30%程度に抑えたいところである。(個人的に確認したところ、精神的に占めた割合を答えた、という人もいたので、アンケートの質問の仕方が適切でなかったかもしれない)
- ・ グッズ・ポスター・投稿用紙のデザインについて、WG 内で数度の投票を行い決定した。**意思決定**が難航し、WG の活動の中でもっとも苦勞したところだと思われる。好みが分かれること、九州地区全体に関わるという責任の重大さ、メールでの意見集約の難しさなど、経験の浅い職員にはハードルの高い作業であったが、何とか期限内に決定することができ、各人の力になったのではないかとと思われる。ある程度経験のある職員がアドバイザーとしてフォローできれば、もっとスムーズに運ぶと思われる。また、メーリングリストよりも即応性の高いコミュニケーションツールの使用も有用であると思われる。
- ・ **スキルアップ及び人的ネットワークの形成**の点では、各々十分に手ごたえを感じており、目的は達成できていると思われる。特に、WG に参加して得た点として「チームワーク」を挙げた人が昨年より多かったのが特徴的である。

(2) 参加館

- ・ 25 年度と比較し、参加大学は減少したが、合同企画参加は増加した。初参加の大学が 3 大学あったが、ほかにはほぼ毎年参加している大学で、定着化している感がある。

(3) 合同企画

- ・ **予告広報**については、インパクトのある予告ポスターにより、お祭り前のわくわく感を創出する効果があったようだ。一方で、ぎりぎりまで秘密にしていた分周知が難しかったという意見もあり、少し工夫が必要であったかもしれない。
- ・ **ひと言の共有**については、他館の「ひと言」も展示した館が 8 割を超え、アンケートからも好評だったことが伺える。ページ数を調べるなど少々ハードルの高い投稿企画で投稿数が伸び悩むであろうことへの対処のひとつでもあったが、学生への訴求効果・投稿を集める側の心理的負担の軽減の両面から、成功したといえる。
- ・ **ひと言の展示**については、集中型・分散型・集中+分散型など、各館の事情に合わせた方法をとっていた。展示方法に自由さを持たせたことも今回成功した点のひとつといえる。

- ・ **投稿促進グッズ**については、参加館からの評価は高く、一定の促進効果はあったと思われる。配布数については、足りなかったところ、余ったところなどがあったが、送料がかかるため途中で融通しあうことができなかった。十分な数が準備できるアイテムにすべきであったかもしれない。
- ・ 展示された「ひと言」から言葉の力を感じとってくれた利用者も多かったようで、**企画の意図**としては成功したと思われる。
- ・ **キャッチフレーズ・ポスター等**が大変好評であった。例年と雰囲気を変え、少し大人びた「モノトーン」とインパクトの強いデザインが新鮮だったようである。一方、絵になるテーマ(森、芋など)がなかったため、展示が難しかったという意見もあった。

(4) 広報

- ・ **Web ツールの利用**については、複数のツールを準備・運用するのが結構な負担になっているようだ。対象と目的を絞り込み、効果的なツールの選択をする必要がある。
- ・ **Facebook**については、全国の図書館関係者への拡散効果が高いが、学生への直接的な広報にはあまりなっていない。ただ、教員経由で拡散したケースもあり、使い方によっては効果を高めることができると思われる。
- ・ 今回、九州大学では**プレスリリース**を行った。その際大学広報室より、各大学一斉に日を決めてプレスリリースすることを検討してみても、という提案を受けた。来年度検討したい。
- ・ 今回初めて『文教速報』『文教ニュース』へ投稿した。**大学図書館関係以外の媒体**へもっと露出するよう検討中である。

(5) 全体

- ・ キャンペーン自体が定着し、「大学図書館利用促進事例発表会」やブログ等により共有された他大学の事例も参考にして、いずれの館も、合同企画・広報ともに様々な工夫がなされ、独自企画もよりバリエーション豊かに、かつ洗練されてきた感がある。**スキルアップ、アイデア・事例の共有**という点では、一定の効果が表れていると思われる。
- ・ マニュアルやテンプレート及び「ひと言」を**参加館で共有するツール**として、Dropbox を採用した(昨年度まではすべてメール)。参加館からは使いやすかったとの声が多く好評であったが、**クラウドサービスの使用が禁止された公立大学も一校あり**、今後使用不可になるケースが増える可能性がある。大学を超えた活動を行う上で、共有方法は重要な要素のひとつであり、検討の必要があるだろう。
- ・ **図書館の利用促進・読書推進**については、すぐに目に見える効果が表れるものではないが、図書館がやっていることや本に関するメッセージを、少しでも多くの学生の目に触れさせていくことが重要であろう。
- ・ **学内外へのアピール**という点では、キャンペーン中は WG メンバーも参加館もなかなかそこまで手がまわらない。学外へのアピールという点では、今年度のいくつかの取り組みを基に、あらかじめ実施内容を想定しスケジュールに組み込んでおくとういだろう。各大学内でのアピールという点では、他大学の取り組み事例等も参考になるとと思われる。

(6) 来年度に向けての提案

- ・ WG 会議を 7 月下旬に前倒しし、準備期間に余裕を持たせたい。そのためには、例年 5 月ごろに行っているキャンペーン実施要領の提案を、来年度は 4 月の協議会総会にて行いたい。
- ・ 公立・私立大学含め、WG メンバーへのもっと多くの参加を呼びかけたい。
- ・ WG 及び参加館間のコミュニケーションツールとして、メーリングリストよりもさらに即応性の高いツールの採用を検討したい。

No	図書館名	種別	協議会	参加スタイル	ブログ執筆
1	九州工業大学附属図書館	国立	加盟館	1	○
2	福岡教育大学学術情報センター図書館	国立	加盟館	1	-
3	九州大学附属図書館	国立	加盟館	1	○
4	北九州市立大学図書館	公立	加盟館	1	-
5	北九州学術研究都市学術情報センター	公立	加盟館	2	-
6	九州国際大学図書館	私立	加盟館	1	○
7	近畿大学産業理工学部	私立	非加盟館	4	-
8	福岡女学院大学図書館	私立	加盟館	1	-
9	中村学園大学図書館	私立	加盟館	1	○
10	九州情報大学付属図書館	私立	加盟館	1	-
11	筑紫女学園大学・短期大学部附属図書館	私立	加盟館	1	○
12	福岡国際大学・福岡女子短期大学図書館	私立	加盟館	1	○
13	久留米大学御井図書館	私立	加盟館	1	-
14	佐賀大学附属図書館	国立	加盟館	1	○
15	長崎大学附属図書館	国立	加盟館	1	○
16	大分大学学術情報拠点（図書館）	国立	加盟館	3	-
17	大分県立芸術文化短期大学附属図書館	公立	加盟館	1	○
18	大分県立看護科学大学附属図書館	公立	加盟館	4	-
19	熊本大学附属図書館	国立	加盟館	1	○
20	熊本県立大学学術情報メディアセンター(図書館)	公立	加盟館	1	○
21	九州ルーテル学院大学図書館	私立	加盟館	1	○
22	平成音楽大学図書館	私立	非加盟館	4	-
23	熊本学園大学付属図書館	私立	加盟館	1	○
24	尚綱大学図書館	私立	非加盟館	4	-
25	九州看護福祉大学附属図書館	私立	加盟館	1	○
26	宮崎大学附属図書館	国立	加盟館	1	○
27	南九州大学・南九州短期大学図書館	私立	加盟館	2	-
28	宮崎産業経営大学附属図書館	私立	加盟館	1	-
29	九州保健福祉大学附属図書館	私立	加盟館	1	-
30	鹿児島大学附属図書館	国立	加盟館	1	○
31	志学館大学図書館	私立	加盟館	1	-
32	鹿児島女子短期大学附属図書館	私立	加盟館	1	-
33	鹿屋体育大学附属図書館	国立	加盟館	1	-
34	琉球大学附属図書館	国立	加盟館	1	○
35	名桜大学附属図書館	公立	加盟館	4	-
36	日本経済大学 図書館・情報センター	私立	非加盟館	4	-
37	純真学園大学図書館	私立	加盟館	4	-
	鹿児島県大学図書館協議会			4	

国立11、公立6、私立20 計37館＋1協議会

協議会加盟館33館、非加盟館4館

参加スタイル

- (1) 合同企画に参加する: ワンフレーズの募集を行う →27館
 (2) 合同企画に参加する: ワンフレーズの募集は行わず、展示のみ行う →2館
 (3) 合同企画に参加しない: 独自企画のみ行う →1館
 (4) 合同企画に参加しない: キャンペーン広報協力のみ行う →7館＋1協議会

ブログ執筆 する17館、しない20館

	所属	氏名
1	中村学園大学 図書課 課員	角 真紀子
2	長崎大学学術情報部学術情報サービス課学術情報サービス班	橋田 香織
3	熊本大学教育研究推進部図書館ユニット	佐藤 公枝
4	宮崎大学情報図書部図書課本館利用係	中野 祐一
5	鹿児島大学学術情報部 情報サービス課 情報調査支援係	川崎 千由美
6	琉球大学情報管理課図書情報係	黒木 卓也
7	九州大学附属図書館利用支援課資料サービス係	室井 万穂
8	九州大学附属図書館eリソースサービス室リポジトリ係	林 豊
9	九州大学情報システム部情報基盤課デジタルライブラリ担当	北島 光朗 (オブザーバ参加)

事務局(世話役)

所属	氏名
九州大学附属図書館利用支援課専門員	堀 優子

【WG】Library Lovers'キャンペーン2014 事後アンケート集計結果

対 象: Library Lovers'キャンペーン2014 WGメンバー9名

実施期間: 2014.11.17～11.20

実施方法: REASシステムによるウェブアンケート・記名式

回答者数: 9名

Q1～Q3 回答者情報のため省略

Q4 WGメンバー募集から、キャンペーンの企画運営・実施までのスケジュールについていかがでしたか？

ちょうどよかった	8
もっと早い時期にスタートした方がよい	1
もっと遅い時期にスタートしてもよい	0

Q5 事前研修資料は参考になりましたか？

とても参考になった	5
参考になった	3
ふつう	0
あまり参考にならなかった	1
全く参考にならなかった	0
ごめんなさい、あまり(全然)読まなかった・・・	0

Q6 WG会議について、8月上旬という開催時期はいかがでしたか？(複数回答可)

特に問題はなかった	7
業務繁忙期であったため、無理をして出席した	0
7月下旬の方がよい	3
8月下旬の方がよい	0
その他	1
(出張と重なり出席はできなかった)	

Q7 WG会議について、1.5日間の日程はいかがでしたか？

ちょうどよかった	6
短かった(もっと長い方がよい)	3
長かった(もっと短い方がよい)	0

Q8 班分け(総務+web班、グッズ班、デザイン班)は適切でしたか？

適切であった	6
適切でなかった → 具体的に	3
分からない	0

(具体的に)

総務班はもっと増やした方がよいと感じました。
総務webの負担が大きかったような気がします。
総務+グッズ・デザイン班、web班の方が良さそうだった。

参考:

総務+web班: 5名(うち専任3)
グッズ班: 4名(うち専任3)
デザイン班: 3名

Q9 WG会議の進め方について、改善点やご意見等がありましたらお書きください

会議が夏休み直前というタイミングなので、実質的な始動が1週間程度遅れてしまうため、もう少し前倒しのほうが良いという気はしました。
特にありません。
進め方については特にありません。ただWGの人数をもっと広く募集して増やして欲しいです。(無理な相談かも知れませんが)
話が進まない時に堀さんからもらえるパスで動く感じになって、すごく助かった。あれがないと、時間内に必要なことを決めるのは正直厳しかったと思います。(本当はそういったことも含めて、自分たちでやることを目指すべきなのではないでしょうか)
チーフの会議の進め方は上手でした。自分も見習いたいと思います。

1日の仕事のうち、平均どれくらいの割合をキャンペーンの準備および期間中の作業に割きましたか？
1日の仕事時間を100%としてお答えください。

Q10

キャンペーンまでの準備：		
	60%	1
	50%	3
	40%	1
	35%	1
	30%	2
	15%	1

注) 数人に確認したところ、物理的な時間だけでなく、精神的に占めた割合も含めて回答している場合があった。また、準備期間を特に指定していなかったため、どれくらいの期間について言及しているのかは不明である。

Q11

キャンペーン期間中の作業等：		
	40%	2
	30%	4
	15%	2
	10%	1

Q12 キャンペーン準備の進め方で、改善点やご意見等ありましたらお書きください

特にありません。
特になし。
今回WG人数が少なかったので、一部の人に負担がのしかかっていた。せめて10人は欲しいですね。
準備期間が長いようで短く感じました。学内準備と並行なので思ったより大変でした。
やはり、チーフが大変そうだった。いっそ、チーフは班に属さずに各班を見て回るのみ、としてもよいかと思った。

Q13 合同企画「衝撃のワンフリーズ」について、この企画を選択してよかったと思いますか

とてもそう思う	4
そう思う	3
どちらとも言えない(わからない)	2
あまり思わない	0
思わない	0

Q14 その理由をお書きください

(とてもそう思う)

館内の様々な場所に展示したため、じっくり眺めて回る利用者の姿を見ることが出来たから。
「ワンフリーズ」なのでパッと見て分かりやすく、注目を集めるテーマだったと思います。
有名な物からコアなものまで幅広い投稿内容だった。利用者の多数が興味を持っていたし、図書館が面白い場所と思ってもらえれば、読書促進につながると思います。
いままでのLibrary Lovers'キャンペーンのイメージを一新できたと思います。5周年という節目の年に丁度良かったのではないのでしょうか。

(そう思う)

言葉のチカラを再認識する事が出来る良い企画であると思いました。合同企画ではありますが、各館の様々な展示の手法を見てこちらも良い勉強になりました。
本からの引用文を募集するというのは、今までやったことがなかったから。
これまでのキャンペーンで一番他大学の存在感があった。PDFファイルの共有が効果的だったと思われる。

(どちらとも言えない(わからない))

投稿を見ているとあんまり「衝撃的」なものではなく(もちろん投稿者としては衝撃を受けたのかもしれませんが)、やはり難しいお題だったのかなと思いました。
他大学のコメントがたくさん集まり、読んでくれる利用者が多かったのはよかったが、本学の応募が少なかったで…

Q15 「キャンペーンオリジナルバッグ」について、このグッズを選択してよかったと思いますか

とてもそう思う	3
そう思う	1
どちらとも言えない(わからない)	5
あまり思わない	0
思わない	0

Q16 その理由をお書きください

(とてもそう思う)

ほどほどに丈夫で、汎用性のあるデザインのため、実用性が高く学生の興味をひくのに十分な素材だと思います。
丈夫でいろんなものを入れられるから。使うときにも気を遣わなくてよい。
形、デザインが良かったと思います。利用者や館内の職員からカッコイイという感想が聞かれました。

(そう思う)

大きめなグッズなので、見本で出したら目を引いた。学生さんからの反応も良かった。

(どちらとも言えない(わからない))

バッグを受け渡す場に居合わせたことがなく、使っているひとも見かけなかったの、なんとも実感が無い感じです。ユニークな投稿者数を考えると、結果としては650個は余剰だったのかなあ。もっと数を絞って、単価を上げたほうが良かったのかも。
思ったよりもグッズのはげが良くなかったから。当館では投稿箱でなく直接カウンターに持ってきた人にグッズを渡していた。しかし、箱への投稿も多かったため、グッズが投稿促進の役割を果たしていたか疑問。
機能的なサイズでデザインも男女共用で良いと思うが、学生の反応はいまいち良くなかったの。
周りからはおおむね好評でしたが、作成した側からすると締切ギリギリで完成したので、班内でスケジューリング等を上手く調整出来れば、もっとデザインを吟味出来たかなと反省しています。
・明らかに投稿が促進されたといえるほどの効果を確認できなかった。
・柄が大きく目立つため、持ち歩くのに抵抗があるのかもしれないと感じた。

Q17 WGに参加して得た(または、向上した)ことはありますか？あてはまるものをすべて選んでください。(複数回答可)

企画・運営力	3
デザイン、広報物の作成に関するノウハウ・スキル	5
ウェブツール(Twitter、facebook、ブログ等)活用のノウハウ・スキル	3
HTML、CSSに関する知識	0
広報に関する知識	4
リーダーシップ	1
チームワーク	6
その他	2

(その他)

九州地区という規模で企画をまわしていく経験
チーフ(林さん)のスキルや運営力等に頭が下がります。私も見習って、仕事に邁進していきたいと思いました。やる気向上

Q18 WG参加で獲得した人的ネットワークは、今後の自分にとって有益なものであると思いますか？

とてもそう思う	6
そう思う	2
どちらとも言えない(わからない)	1
あまり思わない	0
思わない	0

Q19 WGの活動で、難しかったこと、苦労したことは？

初めてだったのでキャンペーン終了までの見通しがなかなか持てなかったこと。9月中旬まではスケジュール表とタスクリストを毎日見てあれこれ心配していました。気軽に参加しましたが、思ったより時間を奪われてしまいました。地区WGについてはかなり神経を遣ったのでおおむねうまく回せたと思ってますが、反面、学内WGのほうはひどい手抜きになってしまいました。両方はちょっと無理、という感じです(少なくともチーフとのかけもちは)。忙しさというよりは、モチベーションが保てなかったです。ウェブに関しては課題がたくさん。ブログは読んでいて面白いけど学生さんに見られている気はしないです。Facebookページは同業者ばかり(それはそれでいいのですが)。Twitterは参加館のアカウントにRTLして拡散して欲しいのですが、そもそも参加館でTwitterやってところが少ない。投入した労力に対して見合ったリターンがあるかという点で難しい。Dropboxは来年も続けたいと思いますが、やはり使用禁止の大学が1校だけとは言えありました。また、想定が甘く指示が不十分だったせいで、ひと言の共有で誤解が生じてしまいました(連番の振り方、1ファイル=1投稿)。個人的にはかなり痛い反省点です。10月中旬～という開催時期は、図書館総合展やオープンアクセスウィークなどとバッティングするため、皆さんしんどいんじゃないでしょうか。うまく相乗効果を出せればいいんですが、、、
グッズ製作の際に、意見のとりまとめが大変だった。
メンバー同士の話し合い。やむを得ないとは言え、メール主体になるのもどかしく感じるがありました。

WG会議以降メールのみでのやりとりだったので意見交換が大変だった。
デザイン班でしたが、職場にあるPCソフトや環境がそれぞれ違うので、おまかせになってしまうことがあった。しかし、ちょっとしたことで連絡や相談すれば、誰かから解決法やアドバイスをもらえることでもあるので、苦労はしたが、結果的に自分の為になった。
意見のすり合わせとグッズのデザインです。一度顔合わせしたとは言っても、メールの文面だけでは伝わらない事も多く苦労しました。グッズデザインはバッグに印刷する都合上、あまり細かな表現が出来なかったのも、衝撃感を出すのに苦心しました。
個人的にはロゴデータの処理がうまくいかなかったことが悔やまれます。
当初は、ブログ担当でしたが、昨年度のブログをどこまで修正したらいいのか、構成をどうしたらいいのかわからなかったです。
グッズやポスターのデザイン等、何度も投票をしなければならない場面があり、意思決定が大変だった。

Q20 WGの活動で、上手くいったと思うこと、よかったことは？

個人的には 予告広報とDropboxがチャレンジ でしたが、どちらも まずまずうまくいった のではと思います。総務担当としては大きなトラブルやお叱りを受けることなく最後まで済んだことに何よりほっとしています。
便利なツール を教えてもらい、情報共有がスムーズにできた。
広報の デザイン(カラー) が好評だったこと。その年のキャンペーンのイメージにつながる重要な要素であるため話し合いを何度も行いましたが、参加館や学生の反応をみると 上手くいった ようで嬉しかったです。
デザイン班の方々が すごくセンスが良くて ポスターもバナーもコメント用紙もクオリティが高かった。
スケジュール管理を共有 したことで、班が分かれてもそれぞれの動向を知ることが出来た。また先の予定も分かるので、作業の配分がしやすかった。
LibraryLovers'の期間中に運営が滞りなく出来た事が一番良かったことです。
会議が 1.5日と長めに設定 されていたので、基本ラインをその間に決められたこと。
班内で助け合ってグッズ作成が期限内に出来てよかったと思います。
FC2ブログ問題への対応のためブログを変更し、 リスクを避ける行動 ができた。

Q21 WGに参加してよかったと思うことがあればお書きください

WGに参加しなかったら 会わなかったかもしれない人たちと一緒に仕事 ができたこと。
WGメンバーと知り合ったことで、他大学図書館の広報がもっと身近に感じられるようになった。(〇〇さんが頑張ってるのかなーと想像したり)
色んな意見・考え方が知ることができた こと。自分ではこれでいいかな、と思ったことも違う視点から考察するとだめ、など、勉強になることがたくさんありました。
ライブラリアンとして 意識の高い皆さまに刺激 をもらったことが良かった。
WGメンバーとネットワークができたこと 九州地区とのつながりを感じられたこと
図書館に勤務して、サービス業務にほぼ無縁だったので、 イベントの運営をやれた事 は大きな経験になりました。反省点も多々ありますが、今後の業務に活かしていけるとと思います。
他大学の職員の方と、 目標に向かって一緒に頑張れたこと！
学ぶべき事が多く、大変参考になりました。
スケジュールリング等の マネジメント に関して課題が見つかった。九州地区の知合いが増えた。

Q22 総合的に判断して、WGに参加したことは今後の業務に活かせると思いますか？

とても活かせると思う	5
活かせると思う	4
どちらとも言えない	0
あまり活かせないと思う	0
全く活かせないと思う	0

Q23 その他ご意見・ご感想等ありましたらお書きください

WG会議の際はまだまだ先のことと思っていましたが、あっという間にキャンペーンが終わってしまいました。今回出来なかったことは来年の宿題にしたいと思います。WGのみなさまには色々ご迷惑をお掛けしましたが、今回のキャンペーンはとても勉強になりました。(特に広報について、誰に、何を訴えかけるかなど...)ありがとうございました！

WG会議の前に、他のメンバーと交流できる機会が欲しいです。実際に会うのは(ソフトバレー大会の時以外)難しいと思いますので、メールで自己紹介をしあうなどできればいいですね。事前に交流できると、会議での話し合いももっと盛り上がるのではと思います。また、班分けは適切でしたが、 全体的にweb班・総務班への負担が大きかった ように感じます。デザイン班はキャンペーン前でほぼ準備が終わるため、他の班の仕事を割り振ってもいいかなと思います。
メールでのやり取りで参加できにくい場面もあったので、サイボウズLiveなど無料のコンテンツを使って作業を行うとgoogleドライブ等を使わずにメールもスケジュール確認もデータの共有等も出来るので便利なのかなと感じました。
WG(事務局)のみなさん、おかげさまで とても楽しくキャンペーン活動 することができました。本当にありがとうございました。
来年度は図書館本館の耐震改修が入ってくるかもしれないので、Library Lovers'を実施できるか不透明な状況です・・・。
企画決定～実施まで、色々大変でしたがあっという間でした。WGメンバーとしては今回あまり貢献できず、申し訳なく感じてます。また機会がありましたら、みなさんと一緒にできたら幸いです。お疲れさまでした。
5周年の節目の年に、WGメンバーとして参加させていただきありがとうございました。今後ともよろしくお願いたします。
どの大学でも使用が許可されるかどうか分からないが、チャットのようなツールを使う方が議論しやすい？[参考]サイボウズ LIVE https://cybozulive.com/loginchatwork http://www.chatwork.com/ja/features/

【参加館】Library Lovers' キャンペーン2014 事後アンケート集計結果

対 象: Library Lovers' キャンペーン2014 参加館 (分館単位で回答)

実施期間: 平成26年11月17日(月)～11月20日(木)

実施方法: Googleフォームを使ったWebアンケート、記名式

回答数: 38件(大学数: 31大学) ※参加大学: 37大学

1. 貴館での実施体制について

(1-1) 貴館名をお書きください。 (省略)

(1-2) 貴館職員はキャンペーンの地区WGに参加しましたか？

	回答数
参加した	7
参加していない	31

計: 38

(1-3) キャンペーンの参加スタイルについて(複数回答可)

	回答数
合同企画「衝撃のワンフリーズ」を実施した(投稿受付・展示の両方)	32
合同企画「衝撃のワンフリーズ」を実施した(展示のみ)	2
大学独自企画を実施した	14
広報のみ参加した	5

計: 53

(1-4) キャンペーン実施に関わった貴館職員の人数は？

	回答数
1人	10
2人	8
3人	10
4人	2
5人	1
6人	1
7人	2
8人	0
9人	1
10人以上	3

計: 38

(1-5) キャンペーンの実施体制について(複数回答可)

	回答数
個人で実施した	12
担当係を決めて実施した	15
キャンペーンのためのWG等を結成して実施した	4
学生サポーター(学生スタッフ、ボランティア等)とともに実施した	4
その他	3
「図書館サービス特論」履修生6名とともに実施した	
主になる人が1人、あとの2人はサポート	
上記回答に当てはまりませんでした	

計: 38

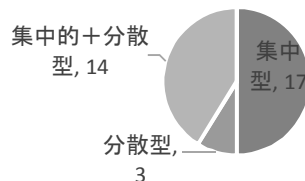
2. 合同企画「衝撃のワンフレーズ」について

※合同企画参加館のみお答えください。

(2-1) ワンフレーズの *館内* 展示方法について

	回答数
集中型	17
分散型	3
集中的+分散型	14
その他	0

計: 34



(2-2) 他大学のワンフレーズの展示は行いましたか？

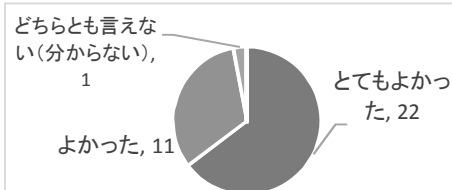
	回答数
自大学のワンフレーズのみ展示した	5
他大学のワンフレーズも一部展示した	25
他大学のワンフレーズも(ほぼ)すべて展示した	4

計: 34

(2-3) 九州地区全体でワンフレーズを共有したことについて

	回答数
とてもよかった	22
よかった	11
どちらとも言えない(分からない)	1
あまりよくなかった	0
よくなかった	0

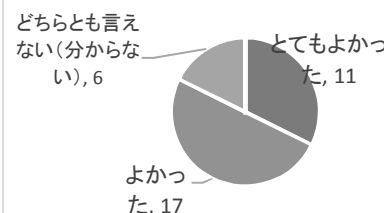
計: 34



(2-4) ワンフレーズの展示を見ている学生の反応について

	回答数
とてもよかった	11
よかった	17
どちらとも言えない(分からない)	6
あまりよくなかった	0
よくなかった	0

計: 34



(2-5) ワンフレーズの *館内* 活用について(展示以外)

※館内で展示以外の活用(例:しおりにして配布など)を実施された場合はその概要をお書きください。

しおりを作成して配布しました。
事前募集で集まったワンフレーズを短冊風に加工し、キャンペーン広報用の三角POPの中に入れ、ラーニングコモンズとブラウジングコーナーに設置した。
12月開始の展示「長大学生が衝撃を受けた本」で、投稿を流用予定。
しおりにして、自由に持ち帰ることができるようカウンターに置いた
返却のしおりに衝撃のワンフレーズを引用して配布
最終週(11/10～)からコメント投稿に加えて展示コメントに対する人気投票(筑女名物♥(ハート)シール貼り)実施中です。終了日は未定。11/26学生図書委員会で決定予定です。
学生からワンフレーズが投稿された本で、所蔵していない本は学生リクエストとして購入しました。

(2-6) ワンフレーズの *館外* 活用について

※館外(例:大学生協や教室など)でワンフレーズの展示・配布などを実施された場合はその概要をお書きください。

上記(短冊風)と同じものを学食に設置した。
しおりにして、キャンペーン終了日に教職員に記念として配布した
ワンフレーズを掲載したしおりを作成し、食堂等で配布した
大学生協にてポスター展示、大学生協食堂テーブルに案内用広報入り三角柱設置、学生係窓口にてポスター展示と案内用広報入り三角柱設置
人文棟の図書館掲示板に出張コーナーを作り、コルクボードに集まったワンフレーズを展示していました
図書館のfacebookにて、キャンペーンの広報や掲示コーナーの写真など載せていきました。また、学外の図書館専用掲示板にもポスターを掲示しました。

(2-7) オリジナルグッズ(バッグ)の残数を教えてください。

※ワンフレーズ投稿受付館のみお答えください。

(グッズ班にて集計)

(2-8) グッズプレゼント以外に投稿促進のために工夫したことがあれば、具体的にお書きください。

※ワンフレーズ投稿受付館のみお答えください。

大学と図書館のオリジナルクリアファイルも配布しました。
投稿箱をカウンター前と、別のところに2箇所設置した。
職員へのメールを送り参加を促した。学生への声かけ。本だけではなく、漫画、映画、音楽とカテゴリーを広げて、多くの学生が参加できるようにした。
入試課で配布しているボールペン、雑誌の付録なども並べて展示した。
当館マスコットキャラクター「ぶくにゃん」の衝撃のワンフレーズ仕様しおりの作成と配布。ワンフレーズの投稿があった書籍で、当館が所有していないものは発注を行った。
学内でのポスター掲示を事前告知、本番と行った。当館HP、Twitterでの広報を行った。
合同企画の促進企画「衝撃のクイズ」を実施し、キャンペーン期間中ずっと「衝撃」押しでいきました。
職場体験へ来た学生から、おすすめの本のPOPを作成してもらい、合同企画の近くに展示をした。
ポイント制にして、スタンプカードがたまったら人には図書カードをプレゼントした
二枚目以降出てくれた学生に雑誌の付録を配りました。
投稿者全員にプレゼントできるよう、オリジナルグッズに加え雑誌の付録や図書館クリアファイルを景品として追加し自由に選んでもらった。大学生協や食堂にポスターと広報用の三角塔を設置してもらった。カウンターの声掛けとともに投票用紙を手渡しすると、後日持ってきてくれる方が多かった。
カウンターでの呼びかけ、イベント用名札を作成しスタッフが身に付けて業務に当たった
グッズは、バッグとクオカード(500円分)の選択式にしました。投稿1枚でスタンプ1つ押印し、スタンプ2つでバッグかクオカードのどちらか、スタンプ3つで両方がもらえる。またバッグは階段前の展示ケースに入れて、利用者の目につくようにしました。
投稿用紙をオリジナルデザインに。館内ディスプレイで動画(スライド)で参加方法をPR
当館の学生選書委員への投稿呼びかけ、図書館ツイッターでの広報
本学図書館オリジナルグッズ(バッグ、ボールペン)を配布しました。
Twitterにて当館に集まったワンフレーズを画像付きで紹介、Twitterにて定期的に投稿用WEBフォームを紹介、図書館HPのTOPに「本日のワンフレーズ」を設置して日替わりで紹介、本学HPのイベント情報欄にキャンペーンの告知を記載、10月発行の図書館だよりにて告知、全教職員宛てにメールにてキャンペーンの説明とワンフレーズの募集を要請(2回)
学生のロコミを活用
くじ+参加記念品(くじ終了後)、オリジナルグッズを含む景品を用意して1投稿につき1回くじが引けるようにした(はずれなし。1人につき最大10回)。途中で予定数を終了したため、途中で参加記念品に切り替えた。
投稿されたワンフレーズは、WGよりいただいた投稿用紙の様式に、本の表紙と画像と配架場所をつけて掲示しました。さらに、所蔵していない本は随時購入しました。また、カウンターの前には、ワンフレーズと本をセットにして展示していきました。
オリジナルグッズは図書館カウンターへ直接、『一言』と提出した学生だけに配布を行った。投稿方法としてメールや回収箱もOKとした。現在、11月いっぱい、展示は行い、展示をみた利用者の方に気になるひと言に「イイネ！」の代わりに衝撃シール(雷絵柄)を貼っていただくようにしている。最終的にたくさんの「イイネ！」が集まった15名ぐらいに学内カフェの無料券等を賞品として渡すようにしている。
館内だけでなく、学内の掲示板等にポスターの貼り出しを行った。投稿用紙と投稿ボックスの配置場所を2ヶ所設けた。①展示前 ②談話室(飲食・会話可能スペース)

(2-9) 合同企画によって、図書館利用促進・読書推進の効果はあったと思いますか？

	回答数
大いに効果があった	1
効果があった	14
どちらとも言えない(分からない)	15
あまり効果はなかった	4
全く効果はなかった	0

計: 34

(2-10) 合同企画について、ご意見・良かった点・問題点など、ご自由にお書きください。

図書館に入ってくる教員・学生・その他の人々の半数以上が足を止めて展示を見ていました。とても興味を引いていたようです。(展示方法は集中型＋分散型)
館内の様々な場所にワンフレーズを展示したため、利用者はあまり人の目を気にせずにじっくり見て回ることができたのではないかと。他参加館のワンフレーズを印刷して貼りだす際、規格が定まっていなかったため、印刷に手間取った。(投稿用紙が2枚ずつスキャンされている、スキャンに失敗したものが共有されているなど。)
今回はじめて参加してみて、ポスターなどを準備していただいて参加するのがやっとの状況だったので、とても助かりました。ありがとうございます。
合同企画のキャッチフレーズがよかった。インパクト大だった。また、運用面もスムーズで、準備マニュアルもわかりやすかった。
普段利用が少ない書籍の貸出が増えたことは良かった。テーマが漠然としていたことと、ページ数を調べるなどの一手間が去年よりもコメント数の集まりが悪かった事に繋がっているのではないかとという問題点を指摘する声もあった。
昨年と比較すると、当館の投稿数は増加しました。予告広報やポスター、グッズ等の効果が大きかったのではないかと思います。また、分散型の展示を行ったことで学生の注目度も上がったようです。今後もこの形態を継続してほしいです。
キャンペーン開始まで、予告ポスターのみを掲載し、何が始まるのか期待感を持たせたところが新しい試みで良かった点だと思う。自館の投稿だけでなく、参加館全体の投稿を貼ることで、利用者がよく投稿を読んでいました。
本学は、応募基準を図書(マンガ除く)に限定したためか、普段読書をしない学生にとって今回の合同企画はハードルが高いという意見が挙がった。
引用は確かにハードルが高いとは思いますが、人の心を打った文章にはやはり力があるようで、足を止めて見ている学生が多かったように思います。「いいね！」シールもいつの間にか増えていましたし。
ポスターは予告用・本番用が用意されており、キャンペーン開始前から告知する手助けになり良かった。他大学のコメントも見ることができ良かった。
【良かった点】 ・予告、本番ともにポスターにインパクトがあって、たくさんの人の目をひいていた ・投稿用紙に行の線が無かったため、自由に書きやすく、気軽に投稿できよかった ・テーマカラーが黒だったため、展示にインパクトがあった ・他館と投稿を共有できたので、他の大学の投稿を見てイラストや書き方など、いろいろな発想で書いて良いことがわかった(共有の中から、イラストや文字の書き方を工夫してあるもの、目を引くものを何枚か最初に展示していたことで、学生が投稿しやすくなっていたと思う) 【問題点】 共有にPDFをアップするときのルール(1枚ずつ、とか)を最初に細かく伝えてもらえるとよかったと思うほかには気になることはありませんでした！
今年はプレゼントがあったので、昨年よりは学生の反応が良かったと思います。ぎりぎりまで詳細を秘密にしていた分、周知が難しかったように思います。
ワンフレーズは短くて読みやすく、興味をそそるものが多かった。学生は、他館のものも含め多くの方が興味を持って見てくれていた。所蔵している図書を毎年一緒に展示しているが、どうしても名作やベストセラーに偏ってしまうため、マンネリ化している。今年は、芋や地図など絵になるテーマが無かったため、展示が難しかった。
展示前で足を止める学生は多かったため読書推進の効果はあったと思う。・他の読者の感想を目にする良い機会になったと思う
開始以前に多くの投稿用紙を共有化していただいたため、それらの掲示によって通行人の注意を引くことができたと思います。
当館では応募が全くなかったため、他の大学のコメント等と一緒に掲示できたのはとても助かりました。また、他の大学の人の文章が読めるのが面白い、といったコメントもありました。その一方で、そのコンセプトには気づかない利用者が圧倒的に多かったため、企画の内容説明方法や、掲示方法など、もっと工夫すべきだったと反省しました。

ワンフレーズの投稿数が多く、大変盛り上がったと思います。一方で、投稿数があまりにも多く、イベント後半には、掲示スペースが不足し、すべて掲示できなかったことが残念でした。
多くの大学の投稿を共有できると、キャンペーン初期から展示が賑やかになるので、ありがたい。
各大学で同じことを一斉にやる、というイベントはとても良いと思います。 図書館の外の人たちから見ると、インパクトがあったり 、九州の図書館同士のきずなを感じたりできますし、図書館側でも連帯感が生まれたりして、今後もなんとか続けることができれば、と思います。
各大学の投稿を共有できたことがとてもよかったと思う。
参加者から『『衝撃のワンフレーズ』の投稿は難しい』との声がありました。
ポスターデザインが良かったと思います。昨年より足を止めてくれる人が多かったように思います。
<良かった点> ・(本学学生より)おススメしたい本が沢山あったので、投稿するのが楽しかった ・ワンフレーズの引用ということで簡潔で見やすかった ・WEBフォームからの投稿が多かったので今回設置して頂いて助かりました <問題点> ・(本学学生より)衝撃のワンフレーズというより名言集になっている気がした ・(本学教員より)テーマに沿った内容が浮かばず投稿できなかった ・テーマの特質のせい、投稿が文学に集中していた ・他館さんの投稿を見ていると、誰かが言った言葉等、引用元がわからない投稿もあって企画趣旨とずれている気がしました ・募集はいっそ書籍限定にした方が、募集や展示の点でも親切かなと感じました
ブログにより九州全体の大学図書館で共有されていることが実感できたようで、学生が感激していました。
投稿された作品に漫画や映画・TV番組についてのものが含まれていたのが気になった。図書館利用促進・読書推進という趣旨とは違うものなので、投稿する前に担当者がチェックすべきだったと思う。
「衝撃のワンフレーズ」というのがイメージしづらかったようで、難しく考え込んでいる学生も何人かいました。言葉を変えて「心に残ったフレーズ」や「感動したフレーズ」として、キャッチフレーズを増やすと、だんだんと投稿数も伸びていきました。また、広報の準備の際には、投稿サンプルとしてポスターに書いてあったワンフレーズをいくつか活用させていただき、大変に助かりました。
出典等を書かなくてはならないのが、学生さんとしては少し面倒だったように感じた。本好きな(普段図書館を利用している)学生さんの一部が参加してくれたが、目的である図書館ファンを増やすという効果は得られなかったように感じている。こちらのPR不足など深く反省する部分でもあった。合同企画のおかげで他学の学生さんのコメントなどは、本学の学生さんにも刺激になったのではないかなと思う。
予告期間を設けて、LL開始日まで内容を秘密にしたのは良かったと思います。予告ポスターを見た学生や教員が、開始日に来館するなど楽しみにしてもらえたようでした。

3. 大学独自企画について

※大学独自企画館のみお答えください。

(3-1) 貴館で実施した大学独自企画の名前・概要を教えてください。

※他館にすすめしたいものがありましたらその旨お書きください。

しおり工房、本のリサイクル市
・「本のリユース」・・・不要になった本を所定のブックトラックに置き、利用者が自由に持ち帰ったり、置いていったりする ・「あなたのデザイン、しおりにします！」・・・学内からデザインを募集し、しおりとして配布する ・「Talking Night」・・・様々な分野の九大の先生に、研究の道に進んだきっかけなどについて話してもらう ・「音楽のタベ」・・・蓄音機でのSPレコード鑑賞会 ・「全国大学ビブリオバトル2014京都決選 九州大学予選会」 ・・・11/29に行われる北部九州地区大会に向けた、九大内の予選会 ・・・「Talking Night」と「音楽のタベ」は飲食可能な場所で開催し、集まった人にコーヒーとお菓子を配った。 ・イベント概要を印刷した折り紙で作れるスマホスタンド台紙の配布 (折り方はキャンペーン用学内webページで紹介)
「Book! Talk! Kumadai!」 ブックトークと意見交換会の2部構成によるトークイベント。 ◆ブックトーク 「衝撃を受けたひと言」を元に、おすすめ本を紹介いただくというもの。学内の先生、学生さんなど6名の方に発表していただきました。 ◆意見交換会 「リニューアル・オープン後の図書館について」をテーマに、どうすれば図書館をより利用してもらえるか、上記発表者6名にそれぞれの視点から意見を出していただきました。
名前: 帯コン！～衝撃のワンフレーズ～ 概要: 本の帯コンテスト

・知的書評合戦ビブリオバトル 「私が衝撃を受けた本」のテーマで実施。 ・衝撃のクイズ 合同企画の補助企画。やはりクイズは学生の受けが良かったです。 ・学生選書ツアー 紀伊國屋書店長崎店で実施。11名が参加。 ・読書週間特別リクエスト 通常枠(同一年度内に10点/5万円以内)とは別に、図書のリクエストを受け付けた。
迷子の本を探せ！・・・図書館内で不明になった本を搜索するイベント 本で連想ゲーム・・・連想元の図書のタイトル・ジャンル・内容等のキーワードから新たに連想する図書を紹介するイベント。 貸出回数0の本・・・2014年に新規受付された図書で未貸出の本を、職員が選定し、展示・貸出を行うイベント。
・ブックリユース 期間中、自由に本を置いて、持ち帰ることができるコーナーを設置した(ブックトラック1台) ・ブックトーク お気に入りの1冊を持ち寄って、自由におしゃべりできる会をひらいた(昼休みの1時間、1回)
・献本・廃棄雑誌の配布 ・選書ツアー
「HOB総選挙」 図書館員がテーマにそって予め厳選した本の帯12点について、最も読みたくなる・気になる帯にシール投票してもらう。 また、帯の図書も一緒に展示し貸出促進につなげる。
企画名:HOB総選挙 企画概要:本の帯を展示し、見た目のインパクトやデザイン、コピーの3部門で投票してもらい、投票期間終了後各部門の上位の帯にPOPを作成して図書と一緒に展示する。
特にありません。他館の投稿を掲示するにあたって、本学に同じ所蔵があるものを探して、本と一緒に展示しました。 当初選書ツアーで購入した本の展示とコラボしようと考えていたが、業務多忙のためスケジュールが合わせられず、選書ツアーに参加した学生に、投稿の協力を呼びかけるだけにとどまりました。 展示できる本が早くそろそろよう、本学図書館所蔵の資料に限定(所蔵資料であればマンガ、映画も可)という対象制限を設けましたが、ない方がよかったかもしれないと思います
・本のリユース 利用者が読まなくなった本、誰かに譲りたい本を持ってきて置く場所としてブックトラックを設置し、読みたくなった人が自由に持って帰れるコーナー ・オリジナルしおりの配布 利用者から募集したデザインを、しおりとしてキャンペーン期間中配布
■ハロウィン企画(10/31限定で実施) カウンターで「trick or treat」と言うと、「よりぬき一冊の本」(本学独自の本の推薦文)とキャンディをプレゼントしました。 ■貸出ランキング オリジナルバッグプレゼントにキャンペーン参加と資料貸出の要素をプラスしました。キャンペーン中に、貸出1点につき1P+「衝撃のフレーズ」1個投稿につき5P+「一冊の本」投稿につき10Pで集計したランキングです。上位15名にバッグをプレゼントしました。 ■「書撃(ショーゲキ)」＝書道部とのコラボ
・ビブリオバトル北九州市立大学予選会 全国大学ビブリオバトル2014～京都決戦～九州A,Bブロック地区決戦の出場者を決定

4. キャンペーン全体について

(4-1) 貴館ではどのような広報をされましたか？(複数回答可)

	回答数
館内ポスター掲示	38
館外ポスター掲示	29
図書館のウェブサイト	23
大学のウェブサイト	6
刊行物(ニューズレター、メールマガジンなど)	8
図書館のソーシャルメディア(Twitter、Facebookなど)	10
大学のソーシャルメディア(Twitter、Facebookなど)	2
教職員・学生への一斉メール送信	13
大学プレスリリース	1
学内委員会・会議などでの宣伝	10
その他	3
ちらしを作成した(館内外配布)	
館内デジタルサイネージ	
事務連絡会で報告	

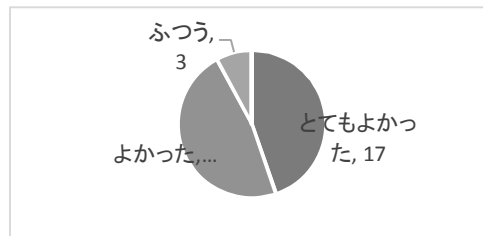
計: 143

(4-2) WGでご提供したツールはキャンペーンを盛り上げるのに有効でしたか？

[合同企画ポスター(予告用)]

	回答数
とてもよかった	17
よかった	18
ふつう	3
あまりよくなかった	0
よくなかった	0

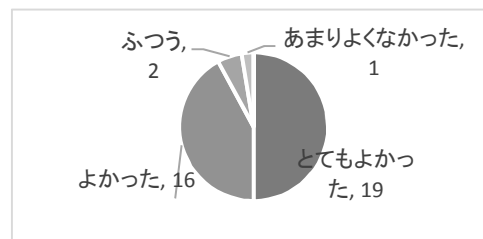
計: 38



[合同企画ポスター(本番用)]

	回答数
とてもよかった	19
よかった	16
ふつう	2
あまりよくなかった	1
よくなかった	0

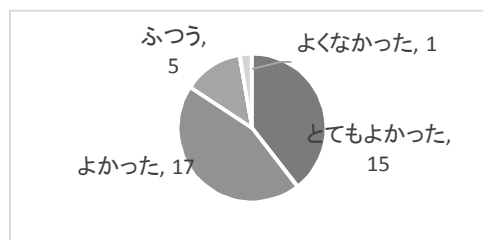
計: 38



[オリジナルグッズ(バッグ)]

	回答数
とてもよかった	15
よかった	17
ふつう	5
あまりよくなかった	0
よくなかった	1

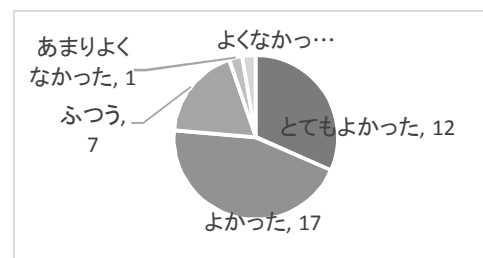
計: 38



[ワンフレーズ投稿用紙]

	回答数
とてもよかった	12
よかった	17
ふつう	7
あまりよくなかった	1
よくなかった	1

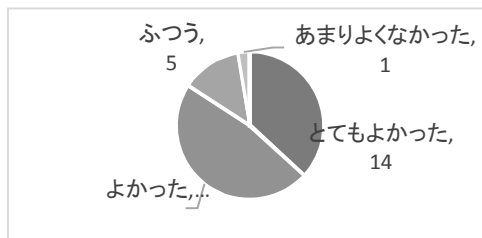
計: 38



[ウェブサイト(ブログ)]

	回答数
とてもよかった	14
よかった	18
ふつう	5
あまりよくなかった	1
よくなかった	0

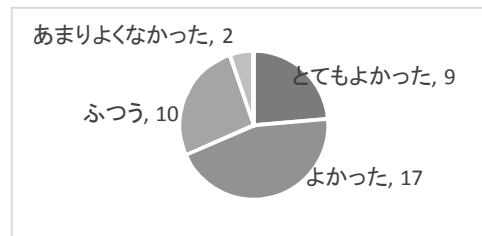
計: 38



[Facebookページ]

	回答数
とてもよかった	9
よかった	17
ふつう	10
あまりよくなかった	2
よくなかった	0

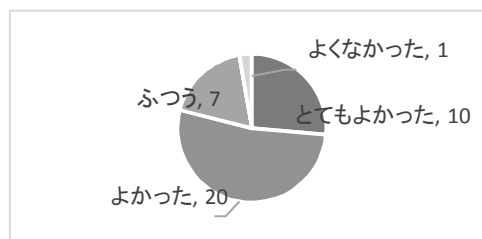
計: 38



[Twitter(@library_lovers)]

	回答数
とてもよかった	10
よかった	20
ふつう	7
あまりよくなかった	0
よくなかった	1

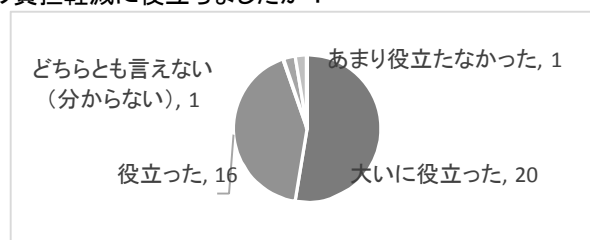
計: 38



(4-3)WGでご提供したツールは、キャンペーン準備の負担軽減に役立ちましたか？

	回答数
大いに役立った	20
役立った	16
どちらとも言えない(分からない)	1
あまり役立たなかった	1
全く役立たなかった	0

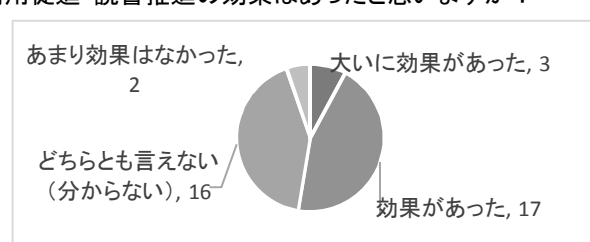
計: 38



(4-4)キャンペーン全体によって、貴館での図書館利用促進・読書推進の効果はあったと思いますか？

	回答数
大いに効果があった	3
効果があった	17
どちらとも言えない(分からない)	16
あまり効果はなかった	2
全く効果はなかった	0

計: 38



(4-5)他館のアイデア(合同企画、大学独自企画)で、今後貴館で参考にしたいものはありましたか？

	回答数
あった	29
なかった	9

計: 38

(4-5a)「あった」場合は、そのアイデアについて具体的にお書きください。

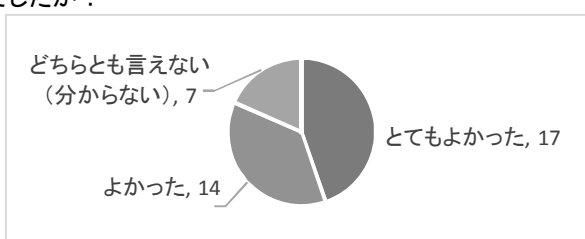
本のリユース
本の展示をすると、読書推進の効果が上がったのではと思いました。
学生・教員と共につくる図書館、大学全体での本を読む仕組みへの参考としたい。
他大学のコメントやキャンペーン促進グッズ(バッグ)の使い方が良かったので参考にしたいと思いました。
長崎大学の「衝撃のクイズ」名作の一文、偉人の名言、長崎に関する言い伝え等のクイズを解いて、クロスワードパズルを埋めていくもの。クイズを考えるのは難しそうですが、手軽にできる独自企画として来年実施したいです。
九州大学「Talking Night」を当館でもやってみたいと思った。
コメント入りのしおり配布など参考にしました。

大分県立芸術文化短期大学附属図書館さんの「白石さん」方式。自分の投稿に他の人からコメントがついたらうれしいと思う。九州工業大学さんの「HOB総選挙」。本の帯を使って何かやりたいと考えてはいたけれど、ここまで上手く企画を練れなかった。
他館の展示方法や企画の進め方など、とても参考になりました。
九州工業大学さんの「HOB総選挙」、宮崎大学さんの「しおり工房」
テーマにそった本のリクエストを受付けて、POPやコメントを記入してもらい本と共に展示を行う。
先生の話を聞く会
熊本大学附属図書館「ブックトーク」、「トークイベント」
教員を招いてのブックトーク
大分県立芸術文化短期大学さんの合同企画で、ワンフレーズにコメントをされるのはいいなと思いました。コメントされることで、提出してくれた学生もうれしいと思います。
熊本大学附属図書館独自企画「Book！Talk！Kumadai！」2部構成でブックトークに加えて意見交換会を行うことで読書の幅が広がるきっかけづくりになると思う。
「衝撃のクイズ」「生協の白石さん(職員がコメントを書き足す)」
今まで、こうした展示企画に参加したことがなかったため、あまり目に付くような展示方法が思いつきませんでした。他館のレイアウト等、来年以降の参考にしたいと思い、拝見していました。
ビブリオバトルと絡めるとよいと感じました。
展示方法に参考にしたいものが多々あった。
掲示の方法など、さまざまな違いが参考になった。
九州ルーテル学院大学の紹介記事で拝見した「ブックリユース」(他館でもされていると思いますが…)
< 合同企画 > ・イベント特別仕様の衝撃名札 ・図書館キャラクターを使用した宣伝 ・学生サポーターとの共同実施 < 独自企画 > ・HOB総選挙 ・本のリユース ・衝撃のクイズ
熊本県立大学様のディスプレイがとても楽しかったので、参考にさせていただきたいと思います。福岡国際大学様の「ショウゲキくん」がとても気になりました。
衝撃のクイズ
ワンフレーズの掲示の仕方や、グッズ配布の仕方、しおりの作成など、自館での取り組みの参考になりました。
ICUで行った貸出Oの本は気になっているので、本学でも取り入れたいです。また、迷子の本を探せもナイスだと思いました。
九州工業大学さんの「HOB総選挙」は面白そうだな、と思いました。
九州工業大学「HOB総選挙」、衝撃名札

(4-6)事務局・地区WGによるキャンペーン運営はいかがでしたか？

	回答数
とてもよかった	17
よかった	14
どちらとも言えない(分からない)	7
あまりよくなかった	0
よくなかった	0

計: 38



(4-6a)その理由(助かった点・不便に感じた点など)を具体的にお書きください。

広報や連絡の時期、グッズの配布時期など適切でした。たくさんツールも提供していただき、大いに活用させていただきました。
稲妻ロゴを加えていただくようお願いしたとき、すぐに対応していただけて助かりました。
運営がスムーズだった。わかりやすかった。
メールの返信が早く、Dropboxが使用禁止になった件に対してなどの対処も迅速にして頂けたので非常に助かりました。
Dropboxから企画のロゴ等がダウンロードして使えたので、掲示物を作成する際にとても助かりました。
Dropboxにすべてデータを置いていたので、メールのやり取りも少なくて良かった。
運営側なので、なんと。。。。
広報のみでの初参加でしたが、詳細な説明を、随時、送っていただきましたので、とても分かりやすく助かりました。
運営側ですので、評価は差し控えます。
期間中のスケジュールや、ポスターの準備、オリジナルグッズの配布などは時間短縮や利用者の目を引く展示を行えた点で助かった。
細かく連絡をいただいて、助かりました

ポスターやちらし等、準備していただけるので助かります。また、始まってからもロゴなどの要望にも答えてくださるので、ありがたいです。
ブログや投稿ルールが統一されておらず、後から連絡されるケースがあり全体的に説明不足だと感じた。例年テンプレートを作成して頂き大変助かっているが、学生向けの説明や参加方法を書いたものがないため、自館で作成したものが多々あった。
投稿データのチェックをして頂いていたので、自館では気づかない不備(2件を1つのデータで作成していた)などの修正ができました。
白黒基調のポスターは、並べて貼ると目立ちやすく、多くの利用者の目に留まっていたようでした。
運営マニュアル(スケジュール、ブログの使い方、Dropboxの使い方等)がすごくわかりやすく、とても助かりました。ただ、自館とのイベントとも重なり、スケジュール通りにいかなかったりあまりコメントも集まらなかったりしまして、大変ご迷惑をおかけしてしまつたと反省しております。
マニュアル等が分かりやすく、良かったと思います。
早めに実施概要を示していただけたので助かりました。
過去のキャンペーンへのリンクサイトがあると便利だと思いました。
＜助かった点＞ ・ポスターや投稿用紙の配布素材が昨年より、充実していてバリエーションも多くて助かりました。
＜不便に感じた点＞ ・WGに参加していないので、些細なことでもメール連絡があった方が実施していて安心すると思いました。
ポスター、投稿用紙など多種類送っていただけて助かりました。
ブログやtwitterを楽しく拝見しました。
ポスターや投稿用紙の配布が早かったので、展示を準備する際に余裕ができました。
ポスター等、こちらで作成する手間がないのはとても助かりました。また、いろいろとご指示いただき、動きやすかったです。

(4-7)Dropboxによるデータ共有はいかがでしたか？ 利用に問題があった場合は具体的にお書きください。

アップロード、ダウンロードがしやすかったです。件数が多くなると、目当てのファイルを探すのに時間がかかりました。
特に問題なく利用できた。
他館の投稿がおもしろいものがたくさんありすぎて、共有してもらえてよかったです。
今回のキャンペーンでDropboxを利用したことが発覚し、当大学の危機管理担当者よりDropboxなどのクラウド系共有サイトの利用についての原則禁止通知と厳重な注意が当館に寄せられました。 今回限りのことではなく今度ともDropboxの使用は原則禁止が予想されるため、出来れば来年からは別の方法を用いて頂きたい。
大変便利でしたが、ワンフレーズを1件ずつしかダウンロードできなかったことが少し不便に感じました。
使いやすかった。
ファイルのやり取りがやりやすくてよかった。
特に問題はありませんでした。
初めて利用したのですが、全館での共有作業時間が短縮されたと思います。
コメントを共有できる点は良かった。共有できる分、投稿時の注意点や決まりごとを決め、明記した方が良いと思う。
1枚1枚PDFにするのはよいのですが、見るときに少し面倒な気はしました・・・利用に問題はありませんでした！
本学はなかなかコメント集まらず、他大学様のコメントを使えるので良かったです。とても楽しく拝見しました。利用も簡単だったと思います。
アップロードが簡単で使い易かった。ダウンロードするさいに、1つ1つ開かないと中身が分からないので、コメント数が増えるとダウンロードや印刷が大変だった。
他館の投稿データの取得が容易で利用しやすかった。
特に問題はありませんでした。
データの共有ツールとしては大変役に立ったと思います。スキャナーの取り込み方のせいか、規格がまちまちで印刷する際は、不便を感じました。
dropboxを普段使っていなかったので、操作に慣れるのに手こずった。
はじめてでも使いやすかったです。
Dropboxを開く際に、その都度ID、パスワードを入力しなければならなかったことが大変だった。やり方に問題があったのかもしれないが、「次回から入力を省略」にチェックをしても時間が経過すれば、ID、パスワードの入力が必要だった。
他大学の投稿を展示することができ、良かったと思います。
Dropbox については中央図書館がまとめて登録していたため、本分館では利用していません。
メールでの配布だと見落としがあるので、ファイル分けされて確認できるのが助かりました。パワーポイントで作成されたファイルはPDFファイルも同時に配布して頂いた方がよかったです。

操作も簡単で良かったと思います。
データが多く重いため、表示と印刷に時間がかかり大変だった。せめて、 ファイル名をもっとわかりやすく 、新たに追加されたものもすぐわかるようにする工夫がほしかった。
データ共有のおかげで、他大学の方のワンフレーズを含めて掲示したため、早期にたくさんのワンフレーズが集まり、これから投稿しようとする人の心のハードルを下げる一因になったように思います。
今回初めてDropboxを使用させていただきましたので操作に手間取ることがありましたが、慣れてくれば非常に使いやすいツールでした。
良かったです。他の大学さんのコメントを展示に有効活用させていただきました。
わかり易かったです。

(4-8)今年度のキャンペーン全体について、ご意見・良かった点・問題点など、ご自由にお書きください。

他大学の投稿に関心を持った人が多いように見えた。来年も同様の方法をとるのなら、紹介された本を利用者がスムーズに手に入れるように上手くリンクさせたい。また、所蔵がない本に関しては購入リクエストサービスを案内し、サービス自体の周知に利用したい。
予告ポスターの掲示の際に学生が期待をしてくれたので、良かったです。 ポスターやグッズのセンスが素晴らしかった です。
ワーキンググループの皆様のお陰でスムーズな運用と斬新な企画、良いキャンペーンであったと思います。5年目という節目で大変だったかとは思いますが、大成功を収められたのではないのでしょうか？お世話になりました。
予告という試みは斬新で面白く、次回以降も続けて欲しい と考えております。他館のキャンペーン内容やひとことの共有が出来ていたのもとても良かったと思いますが、同じ本でも版が違ったり、洋物だと翻訳が違ったりするので、ひとことを募集した館が指している本と展示した他館との本が指しているページ数が、同じ所にあるとは限らないのではないのでしょうか。衝撃のひと言仕様のしおりのテンプレートなどが、キャンペーン開始後に発表があったり(当館で既にキャンペーン用しおりを作成した後の確認になってしまいました。もしもう少し早ければ、キャンペーン用しおりにも活用させて頂きたかった)、ひと言のテンプレート配布も去年より遅かったのではないかという意見もありました。
特にありません。
キャンペーングッズもあり、非常に盛り上がりました。また、 メインカラーを黒にして、今までのLibrary Lovers'とは一味違う 企画となり良かったと思います。全体の投稿数も多く、館内に貼りきれなかった事が残念です。
企画名をキャンペーン開始まで出さない広報戦略は、結構うまくいったと思います。学生から「衝撃の何ですか？」と聞かれたので。
初めてLibrary Lovers'及びイベント運営を担当したので、なかなか要領が掴めずに苦労した部分もありましたが、いざやってみると楽しいイベントになりました。次回はもう少し学生に認知してもらえるように、学内・学外に向けて広報をやっていきたいです。
展示方法は自由ということで、それぞれの大学が自由に行っており、参考になる展示方法もあり良かった。コメントを共有して公開できる点も良かった。
「衝撃のワンフレーズ」と最初に聞いたときは、あんまり投稿が集まらないのではと心配していたのですが、始まってみると学生からもたくさん投稿があって、展示も足を止めて見ていく人が多かったのととても良かったと思います。エコバックプレゼントも、イベント感が出て良かったです。
本年も参加させていただき、ありがとうございました。この企画に参加することで、他大学様の取り組みなども知れるので勉強になりました。
これまでで一番学生の参加率がよく、楽しんでコメントを読んでもくれたのでスタッフ一同も楽しんでキャンペーンを実施でき良かった。5年目を迎えてキャンペーンの認知度も高まったのではないかと感じた。 コメントと一緒に展示した図書の貸出率は49%、独自企画も貸出率50%となり、キャンペーンを通じての読書推進には一定の効果があつた。 今年の図書館総合展へ行ったさいに、関東の大学図書館の方からLibrary Loversのことをいろいろと聞かれ、 九州はそんなイベントができてうらやましいと言われたのが印象的 だった。
文学作品に範囲が限定されていなかったのも、文学作品の利用の割合が多くない 工業大学でも参加しやすかった 。
投稿のアップロードが遅くなったため、他館への協力に役立てなかった事が自身の反省点です。
こまめなブログやツイッターの更新など、お疲れ様でした。館内には貼りきれないほどのコメントが集まっていて、あまりたくさんのコメントを見てもうることができなかったので、館内にキャンペーンのTwitterアカウントやホームページへの誘導をもう少し分かりやすく貼って、そちらでも見ていただけるようにすべきだったと思っています。
4-7で上げた点を含め、 WGの方々がきちんと対応していただけたので 助かりました。
随時、連絡もいただき、スムーズに進めることができました。参加館として、学生をいかにイベントに参加させるかをもっと工夫していこうと思います。企画から実施までお世話になりました。
インパクトを与えるポスターやグッズが、キャンペーン実施にとっても役立ちました。

基本的には本が対象でしたが、漫画・音楽もOKということで、学生さんも投稿しやすかったのではないかと思います。

<良かった点>

- ・トートバッグの配布が投稿への呼び水になりました。
- ・ひと言の引用というのがわかりやすくていいなと感じました。
- ・投稿用紙のバリエーションが豊富で、形も展示しやすくて助かりました
- ・雷模様をかなり活用させてもらいました。去年のいーもくんなど、何か**共通のアイコン**があるのが参加館全体の統一感も出やすくていいなと思いました。

<悪かった点>

- ・(他の職員より)キャンペーンサイト、Twitter、フェイスブックと関連のWEBページが3か所あったのでどのページを見ていいかわからなかった。
- ・私もフェイスブックの活用方法が少し疑問に感じました。フェイスブックの投稿記事もキャンペーンサイト(ブログ)に収納+補助としてTwitterが機能している方が見やすいかと思いました。
- ・去年のブログのように、参加者が他館さんのすべての投稿が見られるWEBツールがほしいなと思いました。

グッズがとても素敵だったので、出来ればもう少し配布数を増やしてほしいです。

他大学の投稿を見て、本学の学生も所蔵のない本に興味を持っていたので、それは刺激となって良かったと思います。

前の2件の設問とかぶりですが。

良かった点

- ・データ共有
- ・オリジナルバッグがかっこいい

問題点

キャンペーンというより自館の問題ですが、人員の問題でキャンペーン作業をほぼ1人で実施したため負荷が大きかった。

今回の企画について、学生の中には「好きなフレーズはあるけれど衝撃的じゃないから…」と投稿を諦めてしまう学生もあり、どうやって「衝撃のワンフレーズ」を、学生に受け入れやすく、またイメージしやすくするかと非常に悩みました。なかには、歴史上の人物の格言や、有名人の発言などを投稿してくれた学生もあり、文字の世界を超えた「ワンフレーズ」に出会うことができました。(こちらは”番外編”というかたちで紹介しています)

5. 来年度のキャンペーンについて

(5-1) 来年度はどのようなスタイルで参加したいですか？

※複数回答可 / この回答をもとに来年度の参加を強制するものではありません。

	回答数
合同企画を実施したい	35
大学独自企画を実施したい	15
広報のみ参加したい	3
参加したくない	0

計: 53

(5-2) 来年度の合同企画について

	回答数
「衝撃のワンフレーズ」をそのまま継続したい	1
「衝撃のワンフレーズ」とは違う体裁で、おすすめ本のコメントを集める企画を希望する	23
全く違う企画を希望する	9
分からない	5

計: 38

(5-3) 来年度以降のキャンペーン実施について、ご意見・ご提案など、ご自由にお書きください。

来年度以降も館内全体を使う展示方法に挑戦してみたい。図書館をあまり利用しない人に向けた広報を考えてゆきたい。また他館で行われている、そうした**広報のノウハウ**を学びたい。

来年も参加したいです。

キャンペーングッズに関してですが、バッグですと個数も限られておりデザインの好みや使用頻度も大きく左右するところだと思いますので、**大量発注しやすく学生の利用頻度も大きいクリアファイルなどが良いのではないのか**という意見が寄せられました。また折角の合同企画なので、テーマや、グッズなどのデザインに関しても合同館内で公募してから投票で決めると、合同企画の意義がより一層感じられるのではないのかという意見も出ました。

斬新な企画を期待しています。

職員数の少ない私立大学図書館でもWGとして参加しやすい環境づくりを行い、WGメンバーとしてもっと私立大学図書館の参加が増えることを期待します。
毎年合同企画の選定は大変ですね。マンネリと言われるのも悲しいので、できれば毛色が違った企画がいいなと思います。
様々な衝撃のワンフレーズが面白く、あっという間に感じましたので、キャンペーン期間をもう少し延長しても良いような気がいたしました。
今年度のように、何かプレゼントがあるとイベント感が出ていいと思います。
おすすめ本のコメントを集める企画は、日頃図書館へ足を運んでくれている学生や、本好きの学生とコミュニケーションがとれる良い機会となっている。一方、読書週間のない学生や来館機会の少ない学生の好奇心を刺激するには、初めに本ありき、ではない全く別の角度からのアプローチが必要だと感じる。
単におすすめ本についてのコメントを募集するだけでなく、今回のようにワンフレーズなど、内容にも触れていることで、投稿された図書に興味をもって頂けた学生さんも多くなるのではないかと思います。
「衝撃の～」を、テーマを変えて行ってほしい。(本のタイトル、表紙など)
ある教授より、「大学図書館なら、次は『ワンフレーズじゃ語れない』をテーマにした企画をやって欲しい」という意見をもらいました。
来年も参加館で投稿を共有できる形にしてみたい。
キャンペーン参加募集の案内が、昨年度今年度と当館に届いていないようです。どこかのメーリングリストに漏れているのではないかと心配しております。純真学園図書館:library@junshin-u.ac.jpです。今後ともどうぞよろしくお願いいたします。
毎年広報のみの参加ですみません。他館のみなさんの企画すばらしいです。参考にさせていただきます。
なかなかこういった大規模なイベントができないので、図書館PRIにもなっていて大変助かっています。本学の学生にキャンペーンの感想を聞いたところ、投稿企画が楽しかったらしく、抵抗がないという意見を多く聞きました。毎年、募集テーマを変えつつも投稿企画をメインに継続していったほしいなと思っています。テーマは今年の「読書の芋」の4テーマのような思いつきやすいものの方が投稿が伸びるのかなと感じました。でも同時に4つのテーマの募集は多すぎる気がするので、泣ける本⇔笑える本など、2つくらいの対照的なテーマの募集などが参加側としてもわかりやすく、かつ幅広い本の紹介が集まる気がしています。来年は、職員の移動・退職等があるため当館の参加の先行きが不透明となっていますが、なるべく参加できる方向で動けるよう、体制を整えておきたいです。その折はどうぞよろしくお願いいたします。ワーキンググループのみなさん、準備期間も含めましてこの1か月間、本当にお疲れ様でした。楽しかったです。
例年、読書週間と本学の学園祭準備期間が重なるため、学生ボランティアの会議や共同作業がなかなか困難な状況です。
昨年度の芋のように全部で一つの作品になるようなものが見た目に楽しいかなと思います。
学生の生の声が聞ける「おすすめの本のコメント募集」は、キャンペーンを行なっていくうえでも楽しみのひとつでした。ぜひ、今後も続けていただきたいです。
やはり読書推進につながるような企画をと思うのですが、具体的に良い案が浮かびません。(すみません)せっかくの合同企画なので、図書館員ではなく、ネット上(SNS)で学生同士がつながり、盛り上がるような企画だとよいなあと思っています。
今年度、当館は広報のみで終わってしまいましたが、来年度は何かしらイベントを行えれば！と思っています。キャンペーン事務局の皆様、お疲れ様でした。