

学内サポーターを増やせ！ お茶大図書館広報大作戦

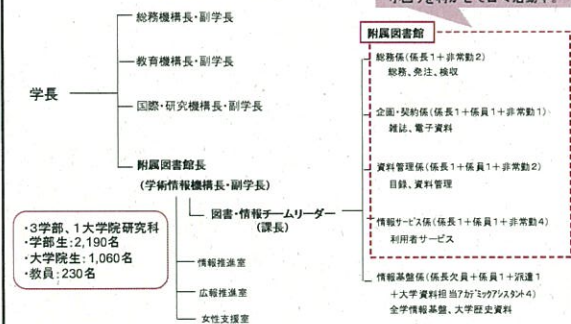
大学図書館職員研修
「ad!ライブラリー～大学図書館効果的な広報戦略」
事例報告

2009年1月29日

お茶の水女子大学附属図書館情報サービス係
餌取直子



組織・体制



お茶の水女子大学附属図書館の理念

お茶の水女子大学附属図書館は、
時間と空間を超える知的交流の場
であり、次世代の知を創造し発信す
る学術情報基盤として機能する。

2006年4月 制定
2007年11月 HPに理念と活動状況を掲載
2008年3月 図書館玄関に掲額

- ・職員一人一人が図書館の役割を意識して行動するようになった。
- ・利用者、他部署への図書館活動をアピールするとともに、職員の励みにもなっている。

図書館の広報って？

- ・「図書館が知らせたいこと」＝「利用者が知って得ること」「知って嬉しいこと」「知らなければ損すること」になっているか？

図書館側の理論を押し付けるのではなく、
利用者の立場になって考える。

＝ 利用者を主語にして文章を作る。

Before

書庫整備を目的とした資料移動
作業のため、〇月〇日は、書庫
資料はご利用いただけません。
また、移動作業に伴い、館内を
大きな荷物が通ったり...

- ・書庫整備は誰のため？
- ・本当に書庫資料は使えないの？

After

〇月〇日は、利用環境の向上を目的と
した書庫資料移動作業を行うため、利用者
の方は書庫に入庫できません。
書庫資料の利用を希望される方は、カウ
ンターにご相談ください。利用できない資
料もあります。また、移動作業に伴い、館
内を大きな荷物が通ったり...

広報のもう一つの目的

利用者だけではなく、学内に図書館の活動を
アピールすることにもなる。
それらが評価されれば、図書館に予算がつく！

図書館サービスの維持、拡大
新たなサービス提供も可能に

結果、
利用者・大学・
図書館
3者とも満足

利用者サービス向上とは直接関係のない
学外研修での講師活動や論文発表も、図書館HPで広報。
とにかく何かしたら広報しておく。

学内サポーターって誰のこと？

・ 図書館利用者

図書館は図書館員のものでなく、利用者のもの。
利用者に期待、応援してもらえる図書館でありたい。

・ 学内の他部署

お金、人、物でサポートしてくれる協力者になってもらう。
一緒に活動すれば、もっとよいサービスを提供できるはず。
「図書館ではこんなこともできます！」をアピールしておく。

★サポートしてもらった結果報告も忘れずに。

学内スポンサーって
呼んでいます。

お茶大図書館の取り組み①

- 2006.7 NII「次世代学術コンテンツ基盤共同構築事業」に採択
- 2007.3 図書館システムリプレイス
- 2007.4 ラーニング・commonsの設置★
TeaPotを公開★
- 2007.5 事務室を移転★
- 2007.6 図書館HPをリニューアル
NII選及事業に採択
- 2007.10 学生ILL無料化スタート★
- 2007.11 ラウンジリニューアル
Library Student Assistantプログラムを開始
- 2007.12 キャリアカフェをオープン★
- 2008.2 ラウンジ、キャリアカフェ部分改装★
- 2008.3 集書書架(13万冊収容可能)設置★
キャリアカフェ文庫をスタート★



お茶大図書館の取り組み②

- 2008.4 大学院生用研究スペースを設置★
- 2008.7 企画展示を開始
- 2008.9 書庫資料移動
- 2009 ... まだまだ続きます...

これらは図書館の自己満足のための取り組みではないので、
実行した後は必ず広報。

「誰にとって、何が、どのようによくなったのか」を、
どこに、どうやって、どのような文章で広報すれば効果的か？
＝ 戦略的な広報活動

お茶大図書館の広報ツール

- ・OchaMail(学生全員／教職員全員)
- ・図書館ホームページ
- ・ポスター
- ・電子掲示板
- ・LiSAブログ

広報したい内容により
ふさわしい広報ツール、
文章は違ってくる。

- ・ご意見回答



LiSA活動日誌(LiSA blog)

- ・ Library Student Assistantプログラムの活動広報が当初の目的。
→ 実際はLiSAからの記事はなかなか活発には出てこない...
→ 当分の間スタッフで盛り上げよう！
- ・ LiSA、スタッフが自由に記事をエントリー。
- ・ 進行中・予告もここで広報できる。
→ 図書館への期待感アップ
- ・ 図書館の裏側やスタッフの本音を知ってもらえる。
→ 図書館(員)への親しみアップ
- ・ 利用者よりも、学内教職員や同業者への広報になっているかも？



動的な活動は動的なツールでこそ広報できることを実感。

OchaMail

- ・ 全学生向け、教職員向けのメールマガジン。
- ・ 月1、2回発行。図書館がお知らせしたいタイミングと合わないことも。
- ・ ほぼ毎回図書館からのお知らせを掲載することで、図書館の存在感をアピール。
- ・ 担当者が記事を作成後、利用者目線での記事になっているかどうかを全員で確認。(HPのニュースも同様)

図書館ホームページ

- ・ 2007年6月にリニューアル。
- ・ 新サービス、改善事項はできるだけ早くアップする。
タイミングも大事。
- ・ 館員全員が自分でHPに
ニュースをアップできるよう、
チーム内研修会を開催。



ポスター

- ・2008年3月、館内一部リニューアルの際に、掲示場所を厳選。利用者の一番目に付きやすい場所に掲示板を設置した。
- ・効果的なポスターについて学外研修で習得。チーム内研修会で他の職員にも伝授。
- ・センスのよい人におまかせすることも。



電子掲示板

- ・2008年3月導入。ポスターよりもインパクト大。
- ・大学広報チームやITセンターからのお知らせも掲載。(各部署の担当者が各自作成)

学生＝図書館で全学の情報がチェックできる。
他部局＝学内広報場所が確保された。

図書館が大学の中心として機能するようになった！



ご意見への回答

- ・2008年3月、図書館への投書箱を「ご意見箱」へとリニューアルし、ご意見用紙、回答掲示場所も改善。
 - － 投書多数。回答に苦労することもあるがサービス改善の手がかりとなる大事な意見。満足度アップにつとめている。
- ・カウンターでの要望により改善した事もご意見への回答として掲示することも。
- ・図書館が利用者の意見に耳を傾けていることのアピールにもなっている。



広報ツールだけが広報ではない①

「図書館が利用者に知って欲しいこと」が広報なら、館内にあるものすべてが広報となるのでは？

- ・必要な情報を必要な場所に。
- ・職員の日ごろの行動も広報活動。
 - － ラーニング・コモンズと接している事務室。各スペース入口の案内板
 - － カウンターでのやりとり



広報ツールだけが広報ではない②

一番信用できるのは、知り合いの口コミや信頼できる人・メディアからの評価。

- － LISAメンバーから友達へ
- － サービスを受けた利用者から友達へ
- － 学内新聞や広報誌
- － 影響力のあるブログでの紹介



広報ツールだけが広報ではない③

図書館員が明るく元気であることが、最大の広報かも！

