

ン、Wikipediaのような情報源の存在により、図書館の資料やサービスを利用しなくても、ある程度の情報が得られる状況になった。図書館だけが学術情報を提供する専門機関ではなくなってきており、「情報を得るなら図書館へ」という図式が瓦解しつつある。

この状況の中で、図書館は自らの存在をアピールするため、ブランド化する必要が出てきた。^{※1)} そもそもブランドとはある商品やサービスを、他のものと区別するために付けられる付加価値である。付加価値のなかには、イメージも含まれる。品質の良さやサービスの良さを、連想させることができる。図書館も、ブランド化することによりほかの情報提供機関と差別化することができ、安心して図書館が提供している情報を活用してもらえるようになる。ではどうすればブランド化ができるのか。それは図書館サービスを広報して知名度を上げ、実際に図書館サービスを使って満足してもらい、また図書館サービスを使おうという気持ちをもってもらうことである。ブランド化するには、まずどのように図書館サービスを広報していくか、その戦略を立てることから始まると言える。

2. 三重大学附属図書館の広報戦略

三重大学附属図書館は、広報戦略としていろいろな取り組みをして効果を求めてきた。その中から三重大学附属図書館の広報誌「学塔」のリニューアルを中心に、三重大学附属図書館の取り組みを紹介する。

2-1. 広報誌「学塔」リニューアル

三重大学附属図書館の広報誌「学塔」は、昭和48年の創刊以来115号（平成16年10月）まで年3-4回発行されていた。内容は教員からの寄稿記事や図書館のコレクションやサービス紹介などであったが、「誰に」「何を」伝えたいのか根本的見直しを迫られていた。

一方、平成14年度から教員向け、学生向け、地域の方向けに速報性を重視したWeb上のポ

.....
特集：わが図書館をブランドにするために！

三重大学附属図書館のブランド化戦略 —広報誌のリニューアルを中心に—

.....
柴田佳寿江・峯 澄子

1. 大学図書館を取り巻く変化と広報

インターネットの普及とデジタル化によって、大学図書館をとりまく環境が変化している。もちろん三重大学附属図書館もその変化の中にある。

まず、資料やサービスの電子化が挙げられる。蔵書検索、二次情報検索ツールや一次資料の電子化が進んでいる。また電子ジャーナルや機関リポジトリが普及し、ネットワーク上で情報が得られるようになった。ILL申し込みや図書予約などがWeb上でできるようになり、参考調査や図書購入リクエストもE-mailで依頼できる。このような資料やサービスの電子化は、利用形態の変化をもたらした。利用者は図書館へ来館することなくサービスを利用できる。電子的にアクセスしているものが図書館の資料・サービスである、ということ意識する必要がなくなった。

またGoogleやYahoo!といった検索エンジ

ータルサイトを提供していた。Webサイトの存在が大きく、一時的には広報誌の発行中止も検討した。しかし紙媒体のメリットも捨てきれず、そのメリットを最大限に活かす方向でリニューアルの企画をたてた。

広報誌はリニューアルに際して次の3つのコンセプトを持つことを目指した。学生志向の内容にすることにこだわり、「参加型」で「双方向性」があって「魅力的」な紙面づくりをするというものである。

リニューアル後の学塔は春と秋の年2回の発行とした。内容については、発行時期の学生の状況に合わせた記事を掲載することを心がけている。春号を新入生特集号と位置づけ、新しく三重大学にきた学生に、図書館に親しみを持ってもらう内容にすることを心がけた。秋号は親しみを持った図書館を、さらに身近に感じてもらうことができるよう、記事を工夫している。

2-1-1. 学塔リニューアル1号

学塔リニューアル第1号は、秋号である。特集は図書館の存在をもう一度意識してもらうことに期待し、「場」としての図書館にこだわって「行きたくなる図書館」とした。「双方向性」を意識し、新入生向け図書館ツアーや情報リテラシー講習会のアンケートで寄せられた質問に、Q & A形式で回答しながら図書館のサービスや場所を紹介することにした。

表紙には平成17年8月に、本学の名誉教授より図書館に寄贈されたフクロウのオブジェを載せた。求心力のあるキャラクターで親しみやすく魅力的な広報誌づくりを目指した。リニューアル初号は、予算の関係で一部2色刷りのページがあったため、このページの魅力を活かすことができなかつた点が、反省点であった。

2-1-2. リニューアル2号から6号

2号では、前号の表紙に登場したフクロウのキャラクターに愛称をつけようという企画

をたて、紙上で募集した。「記念品と図書カードがもらえる♪」というキャッチコピーの効果か、応募数が293件になった。結果ブックロウという愛称に決定した。ブックロウは学塔やWebサイト、リテラシー講習会テキスト等に登場し、学生から好評を得ている。

またリニューアル2号より、学生から集めた記事を掲載するFrom Studentsページを拡張した。時間外開館担当職員として図書館で仕事をしている学生や、インターンシップで図書館の業務を体験した学生、授業で図書館について勉強している学生などの協力を得て、記事を作成している。図書館の中の施設や資料の推薦記事も書いてもらっているが、図書館職員では思いつかない情報もあり、いろいろな立場からの視点を加えることができた。

レイアウトなどについて、リニューアル6号より大学の広報を担当している職員にアドバイスをもらうことにしている。キャラクターに語らせる言葉と本文は文体を分けたほうが良いとか、継続して今後も同じ記事を掲載するページは、レイアウトを決めたほうが良いなど、具体的なアドバイスをもらっている。専門家の意見を聞くことで、見栄えがする紙面づくりを目指している。

2-2. 学塔と小展示との連携

学塔は、図書館や学部の学生用スペースなどに置いて読んでもらうだけではなく、図書館の展示ケースでおこなう小展示とタイアップしている。特集ページを拡大印刷して貼るほか、特集ページで紹介した図書や自著を語る、Reading Listの図書も展示する。展示した図書は、一般の開架図書と比較して貸出回数が多い結果からも、連携の効果がうかがえる。

2-3. 学塔7号

現在は10月1日発行を目標に、学塔リニューアル7号の編集をしている。特集は「三重大図書館なんでもランキング!」とし、さま

ざまなランキングを掲載することとした。From Studentsでは、インターンシップの学生に協力をしてもらおう予定である。Webサイトでも公開するので、ご覧いただきたい。^{※2)}

3. さらに続く広報戦略

我々は広報誌のリニューアルをすることで、図書館が周りの環境に適応することを図ってきた。図書館が学生の生活の中に根差すためのきっかけとなったと考える。しかし、図書館はただ周りに適応するだけではさらなる飛躍は望めない。単に適応するのではなく適応しつつも環境になんらかの影響を与えたい。大学図書館の場合、学生への広報を考えるとそのキーワードとして「リテラシー」が挙げられる。情報リテラシー教育支援は、図書館のサービスを活用するためのスキルが変化しており、また利用者が求める情報が多様化しているため、必要性がますます高まるであろう。

三重大学附属図書館でも平成12年度より情報リテラシー教育支援活動に力を入れている。その1つにレポートの書き方入門講習会がある。この講習会は平成18年度より実施しているが、三重大学E-learningシステムMoodleを活用することにより、学生が提出したレポートに対して感想やコメントをおくることができる。双方向性あるコミュニケーションが可能となっている。従来の講習会では、学生の理解度の把握が困難であることなどの課題を感じていた我々は、大学のMoodle導入の動きをいち早く察知し、Moodleを講習会で活用することで新たな展開を図ることができた。^{※3)}

以上、三重大学附属図書館の広報戦略を述べてきた。広報を考えるとき我々が日常心がけていることが2点ある。一つ目は周りの環境の変化を察知することができるよう、常にアンテナをはりめぐらしておくことである。この成果として、E-learningシステムMoodleの講習会活用が実現したものとする。もう一点は、その状況を見て、広報する内容を選

ぶことである。こちらが広報したいことを広報するのではなく、利用者が必要としていることを広報するという視点が大切である。学塔の春号と秋号の内容を区別していることで、これを実現している。この2点をこれからも心がけ、広報活動を続けていきたい。

参考文献

- 1) 杉田いづみ、大学図書館を取り巻く環境変化と図書館の広報戦略－図書館サービスのブランド化を目指して－。館灯、2006,45,1－7
- 2) 三重大学附属図書館報「学塔」 on Web. URL <http://www.lib.mie-u.ac.jp/archive/gakuto/gakuto.html> (参照2008/8/1)
- 3) 杉田いづみ、柴田佳寿江、荒木奈々美、e-learningシステム“三重大学Moodle”を活用した図書館情報リテラシー講習会。薬学図書館、2007、52(3)、246-253

(しばた・かずえ みね・すみこ /
三重大学学術情報部情報図書館チーム)
literacy@ab.mie-u.ac.jp