

# お茶大図書館ハッピー宣言！ 〜アピールする図書館戦略〜

お茶の水女子大学

茂出木 理子



ハッピーとは能天気なことではない

「ハッピー宣言」というタイトルをご覧になって、「なんてお気楽な！」と呆れられたのではないのでしょうか？しかし、危機感もなく能天気でいることと、狙いどおりにハッピーでいることは違います。齋藤孝氏の「働く気持ちに火をつける」(文藝春秋2008)にも、「職場では上機嫌でいなければいけない」という一節がありますが、私たちお茶大図書館は、ハッピーな職場が良いサービスを生み出すことを確信しています。

なぜ、図書館やスタッフ自身がハッピーでいなければならないのか？それは自分がサービスを受ける側になったときを考えれば容易に出る答えです。何かを買う場合でも、食事をする場合でも、ハッピーそうでない相手から何かしてもらおうとは思いません。選択の余地がある限り、少しでもハッピーそうな相手を選び

はずです。ところが、学生にとって大学図書館は基本的に選択の余地はありません。大学図書館は、競争相手がなく、顧客が確保されている組織です。「張り切つて広報する必要はない」と考える方がいても不思議はありません。

言い訳を広報と言い換えてないか？

本当に大学図書館は広報などしなくてよいのでしょうか？

私は、大学図書館の使命とは、究極には「図書館は学生のために何ができるか」の徹底の実現だと考えています。図書館の全ての活動は「利用者のため」であるということは図書館スタッフの大半が信念として持っていることです。しかし、広報は「図書館のためのソリューション」になりがちです。図書館の言い訳、図書館にとって都合よく使ってもらうためのお知らせ、これらをただ通知することを広報だとしていないでしょうか？広報は、「知るところよりハッピーになることを知ってもらおう」とあるいは、「知らないアンハッピーになつてしまふことを知ってもらおう」のどちらかであるべきで、あくまでその主旨は「顧客にとって」の文脈でなければなりません。

「不言実行」は論外

お茶大図書館では、新しい企画をたて



おかめちゃん お茶大図書館の看板娘  
かわいい顔してやることやるタイプ

るとき、最初にまず、これが実現した暁には「どうアピールするか」というゴールを考えます。ゴールのイメージが明確であればあるほど、それに向かうスタッフのエネルギーが出やすく、まとまりやすくなるからです。そして、そのゴールをさらに明確にスタッフ全員が共有できるように、魅力的なイメージとキャッチフレーズを考えます。2009年のお茶大図書館は、「おとなの図書館」をキャッチフレーズに展開していく予定です。

ゴールのイメージを持たずに、とにかく日々頑張るといふ仕事のやり方は、中途半端な独りよがりになり、無駄な努力をしてしまうということにつながります。人手が減つた職場で無駄な努力ほどもつたないことはありません。したがって、不言実行など論外です。

本当に利用者の身になって考えられるか？

広報は、図書館が伝えたいことを凝りに凝つて作りこむことが重要なのではなく、初めてこの図書館に来た人でも、困らないようにしてあげることが基本だ



LiSA ブログ

と考えます。お茶大図書館では、ラニング・ commons の設置を皮切りに「見えるところに見て欲しい物を置く」を方針として施設面の改善を進め、同時に、学生 ILL 料金の無料化など、「利用者がもっとも嬉しいと思うことを実行する」を方針として運用面の改善を進めてきました。

また、2007年11月から LiSA (Library Student Assistant) という学生とスタッフの協働による図書館活性化のプログラムを開始しています。LiSA プログラムは、様々な意味合いを持つていますが、そのひとつは、どこまで私たちは学生の気持ち、立場になって考えられるか？を追求

心に栄養！ おとなの女は本を読む。  
キャリアカフェ文庫

「一夜貸し」、本格始動！

Library Student Assistant

CAREER CAFE Books 選書のココロ

知的でこちょいひと時を...

Service Counter お探しの事は、こちらですか？

Career Report Adviser 私の「決め手」、書けてるかな

Quiet Study Space 静か勉強しかり学習スペース

Career Cafe 知る「カフェ」、じゃない。

自分流に使いこなす！ おとなの図書館  
1st Anniversary

Coffee Server ほっとかたなご、この一杯。

Lounge ゆったりと明るい「知的空間」

Career Cafe Books 本のページが広がる、豊かな個性。

した結果として「学生と一緒にやる」ということを実現したものです。

### 広報の効果(その1)

私の仕事は役にたっている

広報は、ターゲットでありパートナーである利用者に向けて発信するものです。同時に自分の仕事が、図書館の活動の中に位置づけられて評価してもらっていることを、直接意識できる活動でもあります。お茶大図書館では、自分がやった仕事は自分に広報することを原則としています。たとえば、成果のひとつひとつは小さなものでも、それらを大きなストーリーに組み立てることと、連続ドラマのように「次回もお楽しみに！」の広報が可能です。超大作映画を10年に1本つくるような事業より、15分ずつの連続ドラマのような事業を継続するほうが、スタッフのモチベーションが持続するように思います。つまり、広報すること、自分たちがさらにハッピーになっ



テーブルを囲んでティータイム



毎日満席のラーニング・commons

たことを認識し、その広報がまた次のハッピーを呼びこむような事業展開です。

### 広報の効果(その2)

図書館と組んでみようか

無駄な努力はしないということは、言い換えれば、一人で頑張らないということです。一人でというのには図書館単独で頑張らないという意味にもなります。ラーニング・commonsやキャリアカフェの設置は、図書館単独ではできない事業でした。施設改修による成果は、学内新聞や同窓会の会報などから相次いで取材をいただきました。また、郷通子学長自ら、入学式やオープンキャンパスなどの場で、図書館のことをアピールしてくださっています。第三者の口を借りて図書館をアピールできるので、これほどありがたいことはありません。学内において図書館はいつも新鮮で楽しい記事ネタを提供してくれる存在として認識されています。

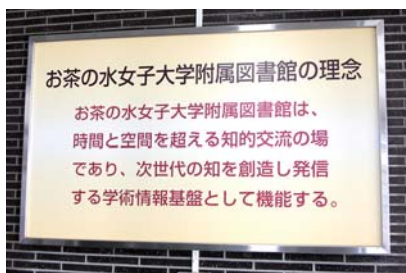
### 広報戦略の基本はポジティブな姿勢

佐藤尚之氏は「明日の広告」(アスキー

2008)の中で「どれだけネット社会になつたとしても、広告が必要であると確信するならば、広告をネガティブに語るより、ポジティブにとらえて楽しい明日を考えたい方がよい」と宣言されています。これは、第一線のプロフェッショナルの自覚と自負が言わせた言葉だと思えます。同様に、私たちが図書館をポジティブにとらえられずに、楽しい図書館の明日を考えられないとしたら、広報以前の問題と



キャリアカフェでのグループ学習



正面玄関に図書館の理念を掲額



して、図書館で働く意味を見出せません。私も、現場のスタッフが楽しい未来を描けること、そこそが広報戦略の基本だと考えています。

(図書・情報チームリーダー)

