

九州大学附属図書館の広報誌リニューアルとその後

井川, 友利子
九州大学附属図書館

堀, 優子
九州大学附属図書館

<https://hdl.handle.net/2324/21750>

出版情報 : 大学の図書館. 30 (8), pp.142-144, 2011-08-25. 大学図書館問題研究会
バージョン :
権利関係 :

.....
特集：広報のデザインを考える

九州大学附属図書館の 広報誌リニューアルとその後

井川友利子 堀 優子

.....
1. はじめに

大学および大学図書館を取り巻く状況の変化から、図書館のマーケティングやブランディングの文脈において広報が捉え直されてきた⁽¹⁾。さらに近年、特に「デザイン」が目されているのは、今や広報が「何を伝えるか」から、それを「どのように伝えるか」という段階へと移行してきているためと考えられるかもしれない。

本稿では、九州大学附属図書館における広報の刷新と、図書館報「きゅうとNEWSLETTER」について、そのデザイン面を中心にご紹介したい。

2. トータルな広報戦略を：九大図書館広報の刷新

九州大学附属図書館では、平成17年度に広報体制の見直し、平成18年度に広報メディアの見直しを行なった。当時の主たる広報メディアは「九州大学附属図書館要覧」（以下、要覧という）と、いわゆる図書館報にあたる「図書館情報」の2誌および図書館ウェブサイトであった（ここでは図書館ウェブサイトのリニューアルについては割愛する）。要覧は全ページフルカラーであったが、毎年同じ内容が多く無駄が多かった。一方の「図書館情報」は、味気ないデザインで利用者へのアピールが弱く、また記事の意図が明確ではなかったため（利用者向けとは言えない記録的な人事情報を掲載する等）、どちらもその役割が曖昧で効果的な広報ができていなかった。

これらの課題を解決するべく、広報誌全体

を図書館の広報戦略の核と位置付け、目的・ターゲットを明確にすることと、その目的に応じた内容とデザインに再構成することを基本方針に広報誌の全面リニューアルを行なった⁽²⁾。以下、基本方針と各誌のコンセプトである。

(基本方針)

- ・要覧を分割し、図書館要覧と図書館年報の2誌にする。図書館の全体像を図書館要覧

に、毎年の動向や変動する数値の部分を図書館年報に掲載する

- ・ターゲットが必要としない情報は削る。各誌に重複する内容は掲載しない
- ・イメージを明確にし、デザイン等の必要な部分はプロの手に委ね、視覚的なインパクトを与える (要覧は制作会社3社から提案されたサンプルデザインを比較検討して決定した)

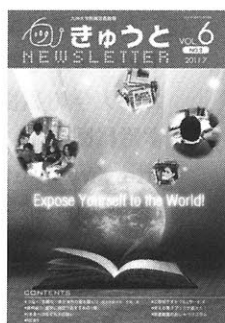
(各誌のコンセプト)

	附属図書館要覧	附属図書館年報	きゅうと NEWSLETTER (※)
目的・期待する効果	・図書館のイメージを学内外にアピール、イメージアップ	・図書館の1年間の記録 ・図書館の動向・活動状況を学内外へ伝える ・図書館の評価アップ→予算獲得	・図書館への関心度アップ ・利用者数増加 ・利用者への学習・研究支援
伝えること	図書館の全体像	図書館の記録	図書館の最新情報とお得情報
対象	国内外の大学・図書館関係者 / 学内の構成員 / 社会一般	学内の構成員 / 国内外の大学・図書館関係者 / 社会一般	利用者 (学生・教職員・一般市民)
イメージ	アカデミック・美しい	信頼がおける・エネルギー豊かな	親しみやすい

(※「図書館情報」からタイトルチェンジ、全面刷新)



before



after



3. きゅうと NEWSLETTER のデザイン

こうして「図書館情報」から生まれ変わった「きゅうと NEWSLETTER」(以下、QNL という)は、平成18年12月の初号から今年で6年目を迎え、その編集のノウハウも蓄積されてきている。図書館広報室の下に編集部会を設け、現在若手職員を中心とする8名で

企画、作成している。QNLの概要は以下のとおりである。

発行頻度：年4回(4、7、10、1月)

(平成20年より。当初は年5回)

発行部数：3,500部(平成23年度予定)

4月の新入生歓迎号は9,000部)

紙面数：6面（新入生歓迎号は8面）
平成21年度より全面フルカラーで発行（以前は表の3面のみ）

配布先：各図書館、各学部等学生窓口、
全教員、事務局、部局等事務部、
生協

QNLは、2.で述べたように内容もさることながら学生が手に取りやすい「見た目」を重視した紙面作りを心掛けている。

まず、年4回の各号に、ピンク、青、緑、オレンジのメインカラーを定め、最新号がひと目でそれと分かるようにしている。

各コーナーの担当者は年間を通じて固定している。これは記事集め、編集を円滑に進めるだけではなく、デザイン面においても意義がある。紙面のレイアウトは、各担当者が考えたイメージをもとに印刷業者にアレンジをお願いしている。プロの手にかかると素人の野暮ったいレイアウト案がぐんと見やすく美しくなる。それはちょっとした文字の配置や色使い、大きさの変更であることもあり、目から鱗のコツや気づきが多い。この、いわば編集・校正過程を通じたデザインの添削レッスンは、次号での担当コーナーのレイアウトをさらに良くしようというモチベーションにつながる。実際、号を重ねるごとに入稿段階のレイアウト案が確実にレベルアップしているのを実感している。

4. おわりに

今後の課題として2点挙げられる。ひとつは、現在のところ図書館の各種メディア間でデザインに一貫性がないことであり、今後、広報誌だけではなく図書館ウェブサイトや利用案内、掲示物等全てを包括したデザイン戦略を展開したい。

もう一つの課題は大学全体のイメージとの親和性である。現在の図書館のメディアには

名前以外に「九大」を感じさせる要素がなく、全く独立した印象を与える。今後、大学の各種メディアとも統一感をもって広報していくことがブランドイメージを高めていく重点のひとつとなると考えている。

参考文献

(1) たとえば以下の文献に詳しい。

田中 均. 総論：図書館における広報（＜特集＞図書館の発信情報は効果的に伝わっているか？）. 情報の科学と技術. 2005, vol.55, no.7, p.284-288.

森嶋 桃子. 変わっていく大学図書館と広報：図書館広報の可能性（＜小特集＞図書館のサービスを知ってもらうために：効果的な広報とは）. 大学図書館研究. 2009, no.85, p.34-41.

柴田 佳寿江. 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（＜特集＞わが図書館をブランドにするために！）. 大学の図書館. 2008, vol.27, no.9, p.183-185.

(2) 九州大学附属図書館の各種刊行物は以下のサイトで閲覧できる。

九州大学附属図書館. “出版物”. 九州大学附属図書館.

<http://www.lib.kyushu-u.ac.jp/publications>,
(参照 2011-07-25).

(いかわ・ゆりこ、ほり・ゆうこ／

九州大学附属図書館)