

Library Lovers' キャンペーン2013 実施報告

北島, 光朗
九州大学附属図書館

<https://hdl.handle.net/2324/1458340>

出版情報 : 九州地区大学図書館協議会誌. 56, pp. 52-56, 2014-03. 九州地区大学図書館協議会
バージョン :
権利関係 :



Library Lovers' キャンペーン 2013 実施報告

九州大学附属図書館 北島 光朗

1. Library Lovers' キャンペーン 2013 の企画

1-1. キャンペーン実施にあたって

10/21（月）～11/17（日）の一ヶ月間、秋の読書週間に合わせ Library Lovers' キャンペーン 2013 を開催した。本キャンペーンは大学図書館の利用促進・学生の読書推進を目的に九州地区の大学図書館が合同で実施しており、今回で4年目となる。昨年度からは九州地区大学図書館協議会事業となり、さらに、今年度から3年間の継続実施が決定している。

昨年度の反省としては、企画内容の敷居の高かった事、企画運営を行うワーキンググループ（以下WGとする）メンバーの負担が大きかった事が挙げられた。そこで今回は、企画段階からキャンペーンに関与できるよう、協議会加盟館全館より企画案を募集した。また、WG作業の効率化を図るため、WG会議の日程を昨年の半日から1.5日に延ばし、この間に可能な限り企画準備作業を進めることとした。さらに、会議に先立ち、広報等に関する事前研修資料を配布し、WGメンバーのスキル向上と意識合わせを図った。

1-2. 参加館募集までの流れ

参加館募集までのスケジュールは以下の通りである。

5月中旬～ 協議会加盟館からキャンペーン企画案募集およびWGメンバー募集

↓

5/29 キャンペーン企画案募集締切

↓

7/2 WGメンバー決定 9大学（国立7、私立2）11名

↓

WGメンバーで企画案検討・絞り込み（メーリングリスト上）、事前研修

8/8,9 WG会議開催

キャンペーン合同企画決定

↓

9/9 加盟館宛参加館募集

↓

9/20 参加館募集締め切り

2. キャンペーン開始まで

2-1. コンセプトの決定

8月8日午後から9日夕方にかけて、九州大学において、WG会議を行った。会議初日には、まずWGの中でのチーフ2名を選出した上で、合同企画についての議論から開始した。キャンペーンの九州全体での活性化を狙い、合同企画を決定する基本意識として、

- ・九州全体で共有できるもの
 - ・どの学生にとっても参加しやすいもの
 - ・参加館の心理的、物理的負担が少ないもの
- とすることをメンバー間で確認した。

2-2. 合同企画の決定／内容

上記を踏まえ決定した今年度の合同企画が「収穫の秋 読書の芋。～九州まるっと収穫祭～」(以下「読書の芋」という)である。

「読書の芋」は、「さつま芋」型の用紙を用いてお勧め本のコメントを募集し、芋畑を模した台紙に貼付してゆく展示企画である。芋畑をモチーフとしたのは、下記のような理由からである。

- ・「育つ」展示はキャンペーンの進行と共に変化を楽しめる
- ・さつま芋に九州らしさ、親しみやすさがある
- ・読書と芋をかけ合わせ、収穫の秋をイメージさせる

また、キャンペーン開始直後の展示が物寂しくならぬよう、キャンペーン前に教員からのお勧め本のコメントを集め、「芋の葉」として予め

貼付することとした。これは『教員からのコメント（芋の葉）を養分に、学生の芋が実る』というコンセプトも含み、さらに、芋の葉を参加館で共有することで、九州の大学の英知を集約する目的もある。

この企画では、本のみならずお勧めの音楽、映画も投稿可とし、参加の敷居を下げるよう試みた。また、お勧め本のジャンルとして、「やる気芋（やる気が出る本）」「ほっこり芋（癒される本）」「しみり芋（涙が出るような本）」「衝撃の芋（衝撃を受けた本）」「なんでも芋（^{いーも}その他ジャンルの本）」を設定し、参加館は任意でテーマを選択できることとした。

2-3. 実施準備

WG会議2日目以降、企画準備に携わる「芋班」と、広報に携わる「Web 広報班」に分かれて実施準備を進めた。

【芋班】（7名）

主に企画内容の精査と、展示のための作業を担当した。会議中には合同企画の実施要項の作成、作業の洗い出し、担当決めを行い、会議後は分担して作業を行った。

芋班の重要な役割の一つが、展示に使用するテンプレート等を可能な限り準備し、参加館の作業負担を軽減することである。まず、WGメンバーが事前に教員から集めたコメントを、芋の葉の用紙に加工して参加館へ配布した。この他にも、学生用の芋コメント用紙、合同企画のタイトルロゴ、装飾等、各種テンプレートを作成し、参加館が自由に使用できるようにした。

また、班員の一人が、キャンペーンキャラクター「いーもくん」を考案し、これが後に大好評となった。

【Web 広報班】（4名）

本班では、会議中に、ポスターの制作及び使用するウェブツールの選択と準備を行った。ウェブツールについては、キャンペーン

の様子や投稿コメントを九州全体で共有するため、また、より多くの学生へのキャンペーン周知のため、学生に身近な下記のツールを使用した。

- ・ブログ…キャンペーンホームページ、参加館によるブログ
- ・ブクログ…投稿コメントの共有
- ・Twitter…学生への広報
- ・Facebook…各大学の展示写真共有、学生への広報

昨年、展示写真の公開のため、上記以外に「フォト蔵」というツールを使用した。使用するツールが多すぎるとアカウントの管理も煩雑になるため、写真公開はFacebook 内で行うこととした。会議後は、おのこのウェブツールのコンテンツ作成を行った。



キャンペーンポスター（上）

いーもくん（下）

2-4. 参加館募集

1-2 のスケジュールに則り、協議会加盟館宛にキャンペーン参加館募集を行った。キャンペーンへの参加スタイル及び参加大学数は以下のと

おりである。

1. 合同企画に参加

26 (国 10 公 3 私 12 短 1)

2. 独自企画のみ実施

3 (私 3)

3. 広報のみ参加

16 (国 1 公 3 私 6 短 6)

+ 鹿児島県大学図書館協議会

計 45 大学 (国 11 公 6 私 21 短 7)

+ 鹿児島県大学図書館協議会

今回、私立大学図書館協議会の九州地区研究会等でもキャンペーンの紹介をしたところ、九州地区大学図書館協議会非加盟館からも多くの参加表明があり、前年度より大幅に増加した。

3. キャンペーンスタート

3-1. 合同企画「収穫の秋 読書の芋。～九州ま るっと収穫祭～」

合同企画の実施スケジュールは以下のとおりである。

～10/4 教員からのコメント収集

10/22 キャンペーン開始

合同企画初期写真の掲載

11/5 合同企画中間報告

写真の掲載

11/17 キャンペーン終了

11/18 合同企画最終報告

写真の掲載

芋の葉(教員コメント)のみ貼付した状態で、芋畑の展示を開始した。展示の近くに芋のコメント用紙を設置し、学生が自由にコメントを投稿できるようにした。各大学の芋畑の写真は、キャンペーン開始時、途中、終了時に Facebook で公開し、九州各地で芋畑が育ってゆく様子を学生が閲覧できるようにした。立体的な芋畑や地を這う芋畑など、各館工夫を凝らした芋畑が登場し、芋が実ってゆく様子は非常に嬉しいものであった。また、投稿されたコメントを九州地区全体で共有するため、日々の投稿されたコメントは各館でブックログに登録した。ブックログ

も、テーマ毎、大学ごとの芋の数が日に日に増えていき、非常に見ごたえがあるものとなった。コメント投稿数は、キャンペーンが進むにつれて徐々に増加し、最終的には 1025 冊、1137 件のコメントが集まった。

3-2. 広報

キャンペーン期間中、ウェブ上でも、以下のようなウェブツールを用いて、広報を行った。

①キャンペーンホームページ



<http://librarylovers2013.blog.fc2.com/>

キャンペーン全体の広報を行う。合同企画のみならず、参加大学が写真を交え自館の概要・キャンペーンの様子を紹介した。

②ブックログ



<http://booklog.jp/users/librarylovers13>

各参加館で投稿されたおすすめ本およびそのコメントを登録し、九州地区全体で共有した。日に日に本棚の中身が更新されており、非常に見ごたえがあった。

③Twitter



https://twitter.com/library_lovers

キャンペーンに関するトピックを逐一投稿した。

ハッシュタグを#ll_imo に統一し、キャンペーンに関する速報を届ける役割を果たした。

④Facebook



<https://www.facebook.com/LibraryLoversKyushu>

キャンペーン開始時・中間・最終の3回にわたり合同企画の各館の報告写真を掲載した。九州各地の工夫を凝らした芋畑が育つ様子は、非常に面白いものであった。

3-3. 独自企画

キャンペーン中、11大学が独自企画を行った。図書館内に事件が起き謎解きをする「Library Hunting」、「図書館のなぞを解け！狙われた能面」や、不明本を捜索してもらう「迷子の本を探せ！」等、図書館に足を運ばせる、また実際の業務にも役立てられるような企画が実施された。また、

「ビブリオバトル」や「本のリユース」など、複数の大学で実施されたイベントもあり、キャンペーンの過去の取り組みが共有、評価された結果であると思われる。

4. 総括

4-1. 合同企画について

キャンペーン中は学生、教員から 1025 冊、1137 件ものコメントが集まり、昨年の「九州文学地図」のおよそ2倍の投稿数となった。投稿しやすい企画テーマを設定し、学生にとっての企画参加の敷居を下げた効果が現れたと思われる。アンケートからは、展示を熱心に見ていく学生が多かった、芋畑の展示によって館内が明るくなったという声が多く聞かれた。一方、投稿を促すのが難しかった、募集テーマを分けすぎて企画説明の掲示が煩雑になったとの意見もあり、可能な限り企画内容をシンプルにし、学生にとっても参加館にとってもより気軽に参加できるような企画にする必要性を感じた。また、「広報のみ」で参加する館の学生も、よりキャンペーン内容を楽しめるような工夫があるとよいと感じた。

総じて今回の合同企画内容については好意的な意見が多かった。とりわけ、参加館、学生ともにキャンペーン公式キャラクター「いーもくん」の評判が非常に良かった。

4-2. キャンペーンの進め方について

WGによる企画運営については、最初のWG会議を1.5日に伸ばし、企画の詳細決定及び作業準備まで行ったことで、各メンバーの作業負担が大幅に軽減できた。また、芋班、Web 広報班の作業分担も適切で、効率的に作業を進めることができた。

スケジュールについては、参加館募集やテンプレートの公開等、当初の予定より遅れ気味になってしまい、参加館の準備期間が若干余裕のないものになってしまった。スケジューリングや準備事項等に関する情報も毎年蓄積し、全く

新しいメンバーでもスムーズにキャンペーンを進められるようにする必要がある。

参加館は、前年度より大幅に増加した。とりわけ、初参加の大学からは好意的な意見が多く、今後も協議会の枠を超え広く参加呼びかけをしていくとよいと思われる。アンケートによると、参加館の準備の負担を減らすためテンプレート等を配布したことが大いに役立ったようである。また、「他館のアイデアで今後参考にしたいものがあつた」という回答が多く、キャンペーン外でも各館における活性剤となる役割を果たしたと思われる。

4-3. 来年度に向けて

合同企画の方向性としては、今回の「読書の芋」のようなシンプルな企画の路線で、より多くの学生が参加しやすく、親しみやすいものにするのがよいと思われる。企画内容とともに、学生が自然と参加したくなるような展示の工夫、

雰囲気作りが求められる。また、参加を促すためのインセンティブとなるようなものがあるとよい。館によっては、自費でオリジナルグッズを作成していた。今後は、協議会でのキャンペーンの予算化、学内他組織とのコラボ、企業からの協賛等を目指したはたらきかけが必要かもしれない。

若手職員のスキルアップ、人的ネットワークの形成という点では、毎年実をあげていると思われる。今後も企画運営のノウハウやウェブサービスの技術等を蓄積し、継承していくとよいだろう。

また、来年度も更なる参加館の増加と満足度アップに期待する。九州地区全体で、教員・学生の知の共有及び各図書館のアイデアの共有を進めることで九州地区の大学図書館が今以上に活性化し、図書館の学内での存在感アピール、ないしは全国での注目度アップにつながることを期待する。