

Library Lovers' キャンペーン2014実施報告

堀, 優子
九州大学附属図書館利用支援課

<https://hdl.handle.net/2324/1500370>

出版情報 : 2015-04-17
バージョン :
権利関係 :



Library Lovers'キャンペーン2014 実施報告

2015.4.17 九州地区大学図書館協議会総会

Library Lovers'キャンペーン事務局
九州大学附属図書館利用支援課
堀 優子

キャンペーンの概要

- 九州地区の大学図書館（国公私短）合同のキャンペーン
- 九州地区全体で実施する「合同企画」と、各館が企画実施する「独自企画」で構成
- 広域かつ国公立合同のキャンペーンを継続的に実施する全国的にも例のない取り組み
- 平成22年度から実施
 - 初年度は国立大学図書館協会地区助成事業として実施
 - 23年度は自主的に
 - 24年度は本協議会の事業として
 - 25年度から3年間の継続実施が決定→26年度は2年目

目的

- 図書館の利用促進、読書推進
- 図書館職員のスキル向上
- 図書館職員の人的ネットワークの形成
- 取り組み事例やアイデアの共有
- 図書館活動の学内外へのアピール

26年度、新たに追加
--さらなる活性化と問題意識の醸成を！
--図書館の自己満足で終わらないように

実施体制

- ワーキンググループ：キャンペーンの企画運営・広報
 - 協議会加盟館からメンバー募集
 - H26年度は、メンバー 9 名 cf.25年度：11名
(6 国立大学 8 名、 1 私立大学 1 名)
- 参加館
 - 協議会加盟館及びその他九州地区の大学・短大・高専図書館から募集
 - H26年度は、計37大学+鹿児島県大学図書館協議会
(国立11・公立6・私立20 うち非加盟館4)
- 事務局：九州大学附属図書館利用支援課

スケジュール

- 5/16 実施要領を協議会に提案（5/30了承）
- 6/16 キャンペーン企画案及びWGメンバー募集
- 7/17 WGメンバー決定
- 8/7-8 WG会議@九州大学
- 9/ 4 参加館募集
- 10/ 6 キャンペーン予告開始
- 10/20 キャンペーン開始（～11/16）

「そのアイディア、いただきます！」

8/7午後（WG会議初日）に開催

九州地区国立大学図書館協会が主催し、国立大学
地区助成事業として実施

- 事例の発表
- 事例ポスター
- 各館のグッズ等展示
- ドキュメントはWebで公開





WGの活動

- WG会議（8/7-8の1.5日）とメーリングリストで活動
- チーフ2名
- 総務・Web班（5名）
 - 実施要項の作成
 - 各種マニュアル（投稿、共有、展示など）の作成
 - ブログ・Twitter・Facebook
 - 全体統括
- デザイン班（3名）
 - ロゴ・バナー（広報・Web等）
 - ポスター（予告・本番）
 - 投稿用紙（数パターン）
- グッズ班（4名）
 - 投稿促進グッズのデザイン・発注・発送





川崎
室井

7, todo, スリ

合同企画のコンセプト

- 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

合同企画

「衝撃のワンフレーズ—このひと言が、あなたを変える」

加盟館から応募された企画案 9本の中からWGで決定

- 企画名のインパクト
- 例年の“おすすめ本のコメント”から一ひねり
- “言葉の力”を通して、新たな本と出会うことのできる場を演出する
- 「ひと言」をより強調するため、テーマカラーはシンプルに白・黒

[illegible]

「人の心を打った文章にはやはり力があるようで、足を止めて見ている学生が多かった」
「キャッチフレーズがよかった。インパクト大」

ごまを見ろ。

これからが私の人生だ。

コメント

開き直るのが大事。

タイトル：火宅の人 (F)

引用元

著者名： 檀一雄

ページ数： 366

学部名： 文

ペンネーム： イモ・ケッピ

死後も生きていけるような仕事をしたいのです。

コメント

あなたの願いのように、今、多くの人に感動を与え続けていますよ、とアンネにそう言いたくなりました。

文章を書くことで 悲しみをまぎらわし、希望を捨てずに前を向いていったアンネの生き方にとても感銘を受けました。

学校名：九州ルーテル学院大学

ニックネーム：チチイ

タイトル：アンネの日記

著者名：アンネ・フランク / 皆藤 幸蔵 訳

ページ数：276ページ

引用元

工夫① 予告広報

- ・ キャンペーン開始日まで企画名を秘密に
- ・ 開始までの間、インパクトのある予告ポスターであおる

→おまつりが始まる前のわくわく感・期待感を演出

予告広報ポスター

熊本大学附属図書館の予告



「予告ポスターを見た学生や教員が、開始日に来館するなど楽しみにしてもらえたようだった」

→わくわく感創出効果あり

「ぎりぎりまで詳細を秘密にしていた分、周知が難しかった」



工夫② 投稿促進グッズ

- 国立大学図書館協会地区助成事業の助成金で製作
- オリジナルトートバッグ（A4サイズ・不織布）→本がしっかり入れられるもの
- 「衝撃のワンフレーズ」のイメージと重なる稲妻デザイン
- 参加館の学生数（+過去の参加状況）に応じて配付
- 650個製作→430個配布



「プレゼントがあったので、昨年より学生の反応が良かった」

工夫③ 「ひと言」をリアルに共有

- Dropboxを使用して、各館で投稿された「ひと言」のPDFをアップロード
- 前年度までは、Web上でのみの共有



「他の大学の人の文章が読めるのが面白い」「参加館全体の投稿を貼ることで、利用者がよく投稿を読んでいた」

- 学生が、九州地区全体でつながっていることを実感
- 広域でやることの刺激・ボリューム



工夫④ 自由な展示方法を提案

集中型



@九州工業大



@九州ルーテル学院大

工夫④ 自由な展示方法を提案



@九州看護福祉大



@九州大

分散型

「館内の様々な場所にワンフレーズを展示したため、利用者はあまり人の目を気にせずにじっくり見て回ることができた」
「参加館全体の投稿を貼ることで、利用者がよく投稿を読んでいました」

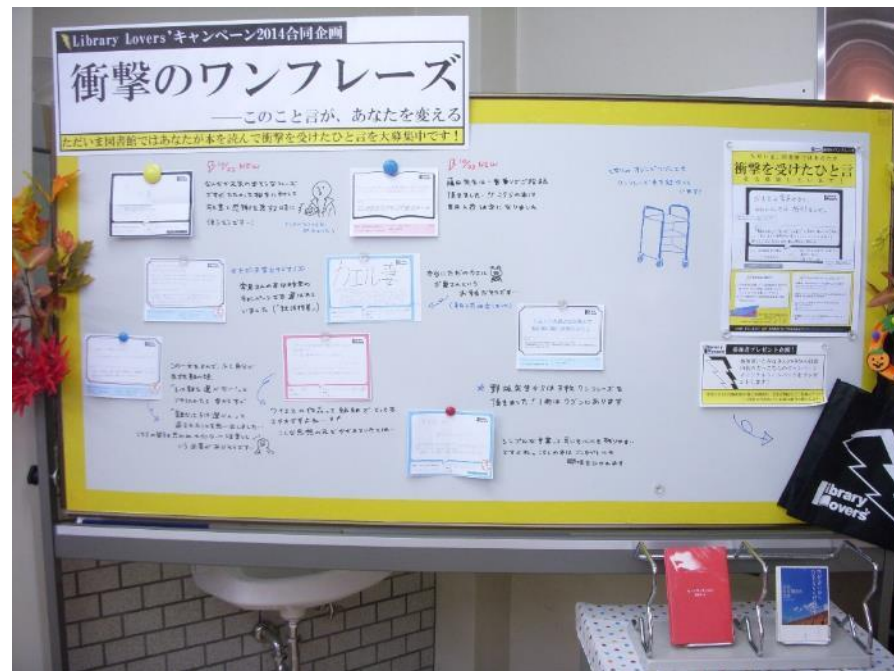
- 驚き・わくわく・発見！
- 各館の事情に応じた展示

独自の工夫・展開

- ・ ワンフレーズしおりの製作・配付
- ・ 人気投票
- ・ 投稿された本をリクエスト本として購入

その他

- ・ 独自のグッズプレゼント（クリアファイル、図書カード、雑誌の付録など）
- ・ POPの展示
- ・ 「クイズ」、「くじ」の実施など、「衝撃」に掛けて



「生協の白石さん」風に、職員のコメントを併せて
展示

@大分県立芸短大

参加館独自企画

- 11大学、のべ25企画（アンケートの回答より）
- バリエーションが豊富

- ◆ クイズ・ゲーム系
- ◆ コンテスト系
- ◆ 教員を巻きこんでの企画
- ◆ 定番化した企画

学生をひきつけるための ゲーム的要素

コンテスト系



HOB総選挙@九州工業大学

その他
迷子の本を探せ@琉球大 など

クイズ・ゲーム系

Library Lovers'キャンペーン 2014 長崎大学独自企画

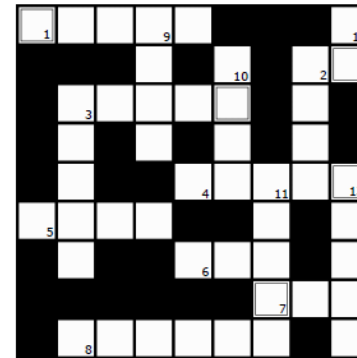
衝撃のクイズ



ヨコのカギ、タテのカギをヒントにクロスワードパズルを埋めよう！
二重マスを並べ替えると、ある単語になるよ！

答『〇〇〇〇〇〇』

わかった人はカウンターまで。景品をプレゼントします！！



<ヨコのかぎ>

1. レシピブログの人気ブロガー 山本ゆりのレシピ本『〇〇〇〇〇カフェごはん』
2. 2004 年に大沢たかお主演で映画化された、長崎が舞台となった、さだまさしの小説は？
3. 長崎ちゃんぽん発祥と言われている名店は？
4. 長崎大学医学部の創設者であるポンベの著書は、『日本滞在〇〇〇〇』
5. 論文検索でおなじみ、国立情報学研究所が提供する学術情報データベース
6. 「人が死ぬのって、〇〇〇よね」村上春樹『ねじまき鳥クロニクル』
7. 「〇〇〇つちまつた意しみに…」中原中也『山羊の歌』より
8. 「ぼくは選ばれにここがれる」寺山修司『書を捨てよ、〇〇〇〇〇』

<タテのかぎ>

2. 長崎大学原爆後障害医療研究所の略称
3. 『今日の読書こそ、真の学問である』という名言を残した 幕末の長州藩士は、吉田〇〇〇〇
9. 長崎くんちで、毎年 6 月 1 日に奉納踊りを出す踊町がくんの無事完遂を神様に祈願し、種古初日を迎えること
10. 小説「ダ・ヴィンチ・コード」でも取り上げられた人間が最も美しく感じる比率は、〇〇〇〇比(ハ)
11. 長崎大学は、〇〇〇〇〇キャンパス、坂本キャンパス、片瀬キャンパスの 3 つのキャンパスから成ります
12. 私は黒い〇〇法師のようなKに向って、何か言いかと聞き返しました。夏目漱石『こころ』より
13. 「自由とは他者から〇〇〇〇〇〇ことである」岸見一郎『嫌われる勇気』より

問題は全 15 問！

本に關すること、長崎に關することから出題しています。答えがわからない時は、図書館の本やパソコンを使って調べてね！



衝撃のクイズ@長崎大

library
lovers

教員にご登場いただく企画

「つなぐ場」として



Book! Talk! Kumadai!@熊本大学

教員にご登場いただく企画

学生の興味関心を
広げる



Talking Night@九州大学

学内へのアピール



参加館間で同様の企画 (定番化)

本のリユース
<九州ルーテル大・宮崎大
・九州大>



参加館間で同様の企画（定番化）



選書ツアー　＜長崎大・九州看護福祉大＞

参加館間で同様の企画 (定番化)

ビブリオバトル
(全国大学ビブリオバトルの大学予選会)
＜北九州市立大・長崎大・九州大＞

北九州市立大の学生が、
全国大学ビブリオバトル
京都決戦にて
チャンプ本に決定！



広報

- ポスター等の掲示
- ブログ：参加館紹介・イベント風景・「ひと言」紹介
- Twitter：ブログの内容をツイート：イベント案内等
- facebook：ブログの内容を紹介・イベント案内・報告等



Twitter



facebook



ブログ

Twitter・facebookについては、各館のアカウントや利用者からの拡散を期待
 →利用者からの直接の反応は大きくなかった。普段からのつながりが大事。
 →教員の「いいね」を通じて広がった事例あり。学生の行動の動機付けには教員の発言が効果大なので、キャンペーンに限らず、教員とのつながりを普段から意識しておくことが重要と思われる。

まとめ・報告

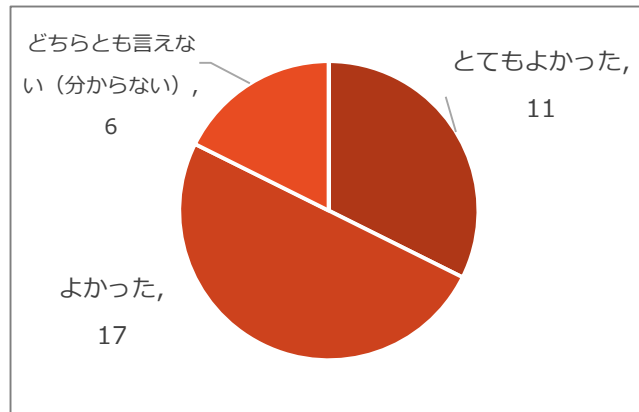
- 事後アンケートを実施
 - 参加館対象
 - WGメンバー対象
- 『文教ニュース』 『文教速報』
- 『九州地区大学図書館協議会誌』
- ラーコモラボ通信
- 図書館関係内外の場での発表・投稿を検討中

総括

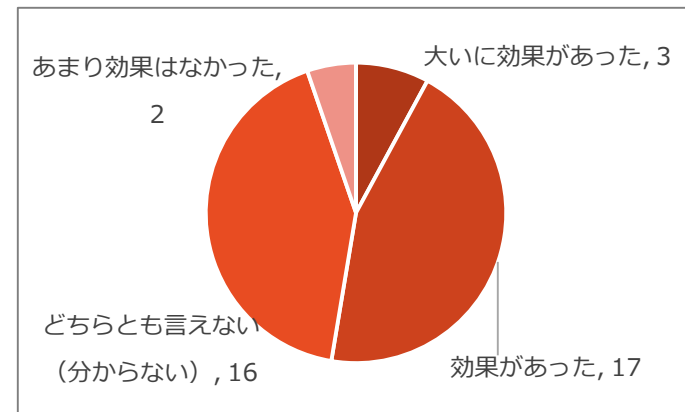
目的①図書館利用促進・読書推進

(参加館アンケートより)

「ひと言」の展示をみている学生の反応は？



キャンペーン全体によって、貴館での図書館利用促進・読書推進の効果はあったと思うか？



- ・ 足を止めて展示を見る利用者が多かった
- ・ 普段利用が少ない書籍の貸出が増えた

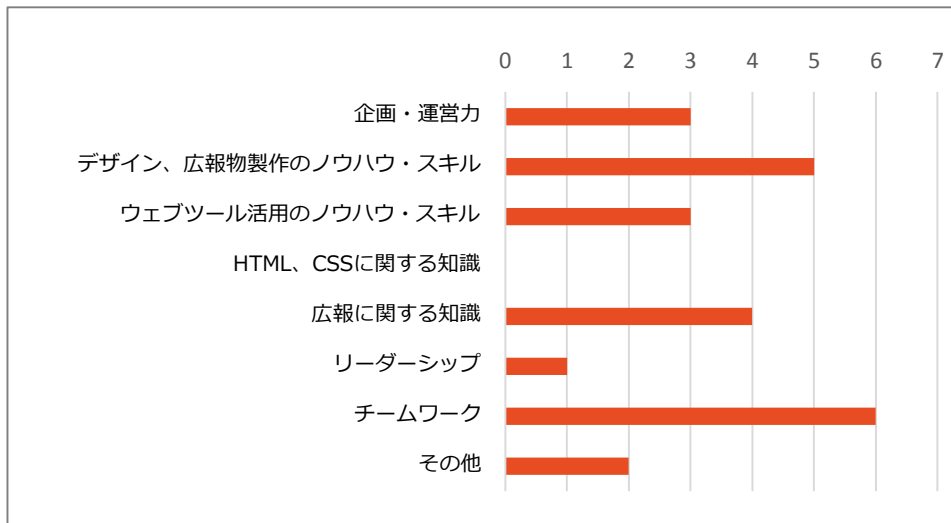
＞展示自体は好評。館によっては、直接的に貸出が促進された。効果ありと感じているのが半数超。客観的に評価するのは難しい。

＞図書館がやっていることや本に関するメッセージを、少しでも多くの学生の目に触れさせていくことが重要であろう。

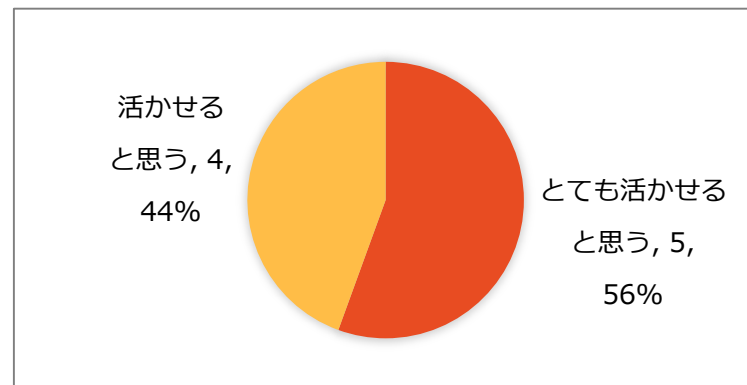
目的②スキル向上

(WGアンケートより)

WGに参加して得た（または、向上した）ことはありますか？（複数選択）



総合的に判断して、WGに参加したことは今後の業務に活かせると思うか？



- ・「九州地区という規模で企画をまわしていくという経験」を得た
- ・意見のとりまとめ・意思決定が大変だった

> WGに参加することで、業務に必要なさまざまなノウハウ・スキル・企画調整力等が向上

> 合同企画・独自企画・広報いずれも、バリエーション豊かに、洗練されてきた感あり。継続することで、参加館それぞれもスキルアップに効果

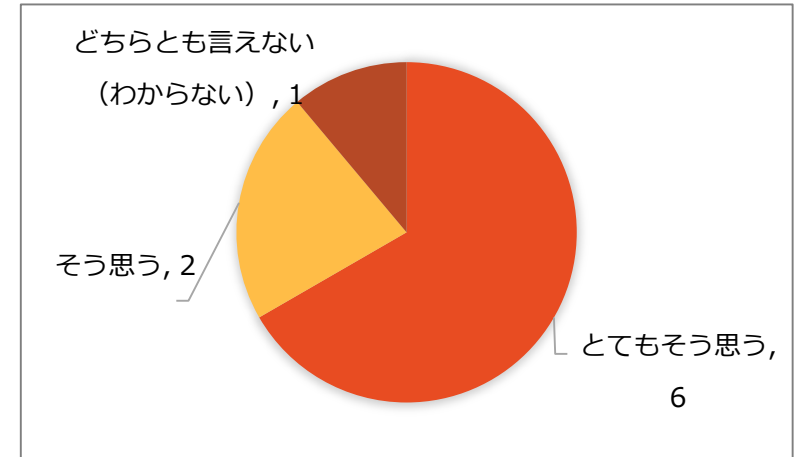
目的③図書館職員の人的ネットワークの形成

(参加館アンケートより)

- 九州の図書館同士のきずなを感じたりできますし、図書館側でも連帯感が生まれたりして・・・
- 関東の大学図書館の方から、九州はそんなイベントができてうらやましいと言われたのが印象的だった。

(WGアンケートより)

WG参加で獲得した人的ネットワークは、今後の自分にとって有益なものであると思うか？



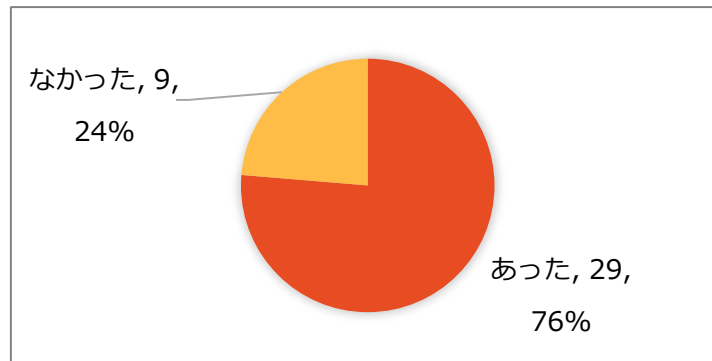
＞他大学の活動を身近に知る機会となっている。特に研修等になかなか参加できない小規模館にとっても、国公私を越えた貴重な情報共有の場となっている

＞WGメンバーにとっては、有益かつ深い人的ネットワークが形成されている

目的④九州地区大学図書館の事例・アイデア共有

(参加館アンケートより)

他館のアイデア（合同企画、大学独自企画）
で、今後参考にしたいものはあったか？

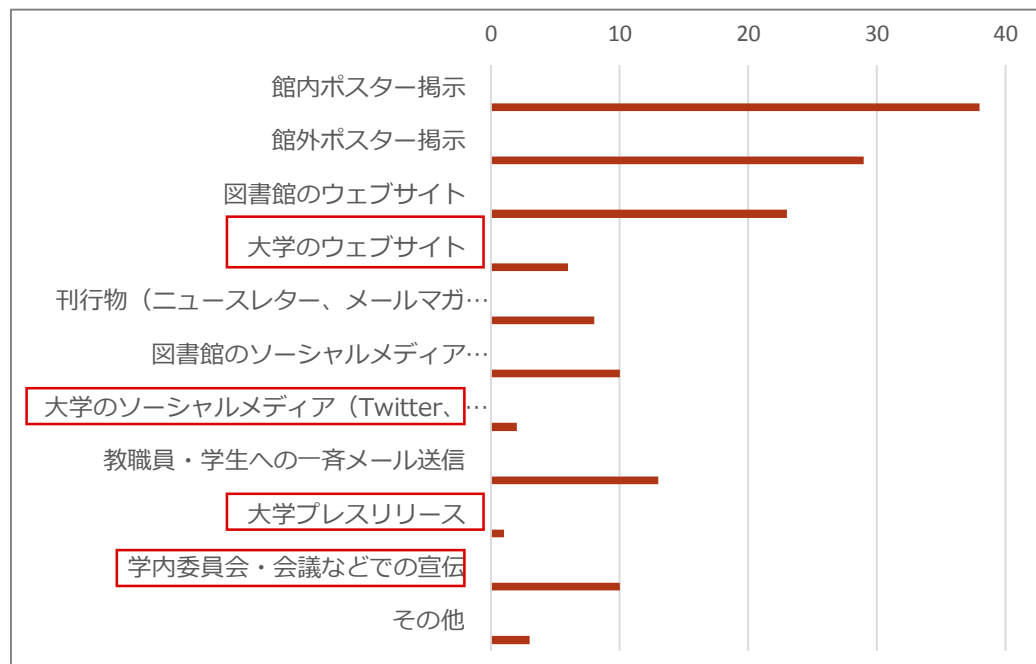


「他館の展示方法や企画の進め方など、とても参考になりました」同様の意見多数あり。

- ＞ 独自企画において、しおり作成や本のリユースなど同様の企画が複数館で行われた。これまでの企画で好評だったものが他館にも取り入れられ、定番化してきている
- ＞ 合同企画・広報ともに様々な工夫。独自企画もバリエーション豊富
→ 事例共有の効果あり

目的⑤学内外へのアピール

どのような広報をしたか？（複数回答可）



- 日本経済新聞（全国版）で、大学生への読書推進の取り組みのひとつとして紹介された
- プレスリリース（九大）→全参加館で一斉にやってはどうかというアドバイスあり
- 文教ニュース・文教速報に記事掲載

> キャンペーン中は、企画の準備・実施で手一杯で、利用者以外へのアピールには手がまわっていない。

> 企画に関わる若手の職員には、ノウハウや伝手が不足。
意義の認識・動機付けも不十分

全体を通じた課題

◆学内外へのアピール：

＞学外へのアピール：プレスリリース等

＞学内へのアピール：

教員を巻き込むことが有効→間接的に学生へも

図書系以外の事務職員に、問題意識とともに共有すること

＞プレスリリースや広報・報告記事の投稿（図書館関係以外にも）によりキャンペーンを可視化→大学図書館の存在価値を高める

◆「共有」「連絡」ツール：

大学を越えた広域の取り組みでは「共有」「コミュニケーション」方法が重要なポイント。「共有」については、今回はdropboxを使用した。クラウドサービスの使用を禁止された大学も1校あり、今後検討が必要。

27年度に向けて(3カ年事業の最終年)

- WG会議を前倒しし、準備期間に余裕を持たせたい
- 公立・私立大学を含め、WGへもっと多くの大学から参加してほしい
- 学内外へのアピール> 若手では限界あり。館として意識・サポートしてほしい
 - 学内：教員・図書館以外の事務部・執行部等
 - 九州地区以外の図書館コミュニティ
 - 図書館以外の大学コミュニティ
 - 社会一般
- WG・参加館間のコミュニケーション・共有ツールの検討