

## 大阪市立図書館のビジネス支援サービスの現状と課題への一考察

大阪市立中央図書館 利用サービス担当 松岡章子

はじめに

ビジネス・ライブラリアン講習は、「ビジネス支援サービスとはなにか」という根本的な問いに対する糸口を与えてくれたように思う。そもそも私がビジネス・ライブラリアン講習を受講したのは、現在私が勤務する大阪市立図書館が行っているビジネス支援サービスがこのままの事業形態でよいのか、と疑問を抱いたことがきっかけだ。

当館のビジネス支援サービスは、平成 8 年に当館がリニューアル開館した際にビジネス書コーナーを設置した事に端を発している。その後、平成 18 年 2 月に策定された「市政改革マニフェスト（市政改革基本方針）」に基づき、創造都市大阪の知識・情報基盤としての機能拡充等を目標に、平成 19 年度より「知識創造型図書館改革プロジェクト」<sup>1</sup> に取り組んだことからこの動きは本格化した。高度なレファレンスに対応するためビジネス調査コーナーの設置、商用データベースの導入、ビジネス講座の開催、行政支援サービスの強化を行い、ビジネス支援サービスを推進することを目標のひとつとした当プロジェクトは、プロジェクト自体は終了したが、その後も継続した事業が行われており、一定の成果を得られている。しかし、当市の財政状況は年々逼迫しており、図書館費も減少の一途をたどっている現状を鑑みると、高価なビジネス調査資料や商用データベースを維持し続けることは難しく、正直「さらなる推進を」と言われても、どうすればよいのか見当もつかなかった。今回の受講で得た新たな知見を元に、改めて今後のビジネス支援サービスの発展を考察する。

昭和初期に刊行された『実業と図書館』

『実業と図書館』<sup>2</sup> は、昭和 12 年 5 月に皇紀 2600 年記念事業として大阪市立中央図書館の建設が大阪市会で可決された後、昭和 13 年に刊行した資料だ。「第一、実業家と図書館」「第二、公共図書館実業部」「第三、英米に於ける実業図書館」「第四、図書館実業部の組織経営」という 4 章からなり、実業家が図書館を利用しない理由を考察し、地方費によって維持されている図書館の役割を説き、「産業の発達に貢献することこそ、最も重要な公共図書館の責務である」とうたっている。また、専門部門を設置し、図書・雑誌だけでなくパンフレット等も収集し、コピーサービスで利用者に提供するなど、国家総動員法が成立した厳しい時代にも関わらず、非常に先進的な図書館像を語っており、現代の図書館に当てはめても十分適応できるものになっている。中央図書館の建設は、昭和 12 年 7 月に勃発した日中戦争で鋼材の使用が制限され、断念せざるを得なくなったが、資料にまとめら

れた当時の職員の想いは、現代にもつながっている。

この資料を初めて手に取ったのは、ビジネス・ライブラリアン講習を受講するにあたって、当館のビジネス支援サービスの経過を把握しておこうと過去の年報等を紐解いた時だ。80年以上前の、第二次世界大戦が勃発する直前に、これだけのビジネス支援サービスへの熱意があったことに、素直に驚かされた。ここでは、現在行っているサービスとさほど変わらない事業内容で、かつ「積極的に」「スピーディーに」図書館活動を行う必要性を説いており、自分が80年以上前の先輩が語るような図書館サービスを行えているか、と反省を促された。

### ビジネス・ライブラリアン講習で得たもの

実務的な学習から、「ビジネス支援とは」というような思想的な学習まで多岐にわたった内容の講習会だったが、その中で一番印象深かったのは、鳥取県立図書館での実践だ。

ビジネス支援を行う図書館で最も有名な鳥取県立図書館の実践は、様々な媒体での事業報告がなされており、すでに十分に知識を得ているつもりだったが、直接お話を伺うことで、改めて図書館活動に向ける一貫した姿勢に感銘を受けた。特に、図書館外の施設で行う出前講座の際にレファレンス業務や資料提供が行えるよう、調査資料やデータベース、ハンディコピー機を準備していることや、現地でコピー料金の収受が行えるよう、司書が出納員の資格を持つという徹底したサービスへの姿勢に、前述の『実業と図書館』が想起された。

当館でも大阪市出前講座<sup>3</sup>を開催しているが、「図書館120%活用術」と題した図書館利用教育や商用データベース等の利用促進事業に留まっている。ビジネスパーソンに向けて直接、図書館のビジネス支援について語る場を作るよう努めることは、大切なことだと感じた。

### 大阪市立図書館でのビジネス支援サービスの推進

大阪市立図書館では、「大阪市教育振興基本計画」<sup>4</sup>「生涯学習大阪計画」<sup>5</sup>等主要な各計画の中で、課題解決型図書館としての機能強化をうたっている。具体的な事業内容としては、中央図書館では2階閲覧室に「ビジネス書コーナー」を設け、その中に社史や市内企業パンフレットを排架し、「法律情報コーナー」「働きたいあなたを応援しますコーナー」を設置し、3階調査研究コーナーに「ビジネス調査コーナー」「ビジネス関連情報コーナー」「商用データベース専用端末」を設け、レファレンスカウンターを広くとることで、利用者に質問しやすい雰囲気を作り、ビジネスレファレンスで使用度の高い調査資料を同じフロアに排架することで、スムーズに利用者の課題解決を支援できるようにしている。また、

NPO 法人同志社大学産官学連携支援ネットワーク士業研究会等と連携し、ビジネス講座「元氣塾」<sup>6</sup> を定期的に開催している。地域館では「しごと支援コーナー」を設置し、地域の情報活用基盤として、地域の多様な課題解決に向けた情報収集を行い、区役所や地域の施設等とさまざまな連携・協力を進めている。

考えつく限りのビジネス支援事業を行っているが、図書館外での活動は十分とは言えず、ビジネス支援サービスの認知度も高いとは言えない。

『実業と図書館』では、実業家が図書館を利用することを念頭におかない理由として、そもそも「図書及び図書館の利用と言うことを顧みない人々が、実業家の中に相当多かったこと」、「図書の利用とその必要を感じ乍ら今の我国図書館ではその便宜が得られないと考える人々のあること」をあげている。80 年以上が経過した今でも、この状況にはあまり変化がないのではないだろうか。当館が行っているビジネス支援サービスは、本当に利用者が必要とされているのだろうか。

この疑念を解消するためには、レファレンスサービスのユーザーに、レファレンスサービスの効果を聞き取る必要がある。しかし、「地域創生レファレンス大賞」で語られるような、レファレンスサービスの活用とその後の後追いをするのは非常に困難だ。そこで、私は次のような手法を提案したい。

## レファレンスサービスの効果測定

大阪市立図書館では、レファレンスインタビューを行う際、記録用紙として「調査相談経過票」（図 1 参照、以下「経過票」とする）という定型書式を作成している。

図 1 調査相談経過票

経過票上段には、「質問者氏名」「性別」「連絡先」「図書館カード番号」「受付日時」「受付階」「受付者名」「来館・電話の種別」「調査種別」「回答締切日時」「回答方法」「質問内容」を記入することとなっており、必要最低限のレファレンスインタビューがこの項目を埋めることで完了するようにしている。経過票下段には、「実際に調査を行った日時」「調査担当者」を記入している。当館は、1 時間ごとに調査担当者が交代するため、誰がどこまで調査したかを明記する必要があるためだ。

この経過票に新たに次の 2 つの項目を追加する。

1. リピーター欄

## 2. リピーターである場合の簡易アンケート調査

1. については、カウンターでレファレンスを受けた際、質問者にレファレンスサービスを受けるのが初めてか、それとも複数回受けているのかを、聞き取る。これによって、日々受けているレファレンスのリピーター数を測定することができる。また、リピーターであるということは、質問者が過去に受けたレファレンスサービスがある程度満足できるものであったと推測することができる。

2. については、レファレンスサービスが役立ったか、自身の課題解決に役立ったと思う資料があったかを 5 段階評価で記入する簡単なアンケートを依頼する。また、役立ったと思う資料については資料名も記入できるようにする。これによって、レファレンスサービスの評価を図ることが可能となり、レファレンスツールの選定の際の参考情報にもできる。

リピーターである市民の存在を認識することで、司書の職務意識向上にもつながるのではと考える。

## 図書館の広報活動

『実業と図書館』にある、「図書及び図書館の利用と言うことを顧みない人々が、実業家の中に相当多かったこと」を解消するためには、レファレンスサービスの効果測定を行うとともに、図書館の認知度を高める活動も必要だ。

そのためには、広報活動が重要なファクターとなり、特にソーシャル・ネットワーク・サービス（以下「SNS」とする）の活用は必須と言える。

大阪市立図書館では、現在 SNS を活用した広報活動として、twitter<sup>7</sup> や FaceBook<sup>8</sup> での広報活動を行っており、2019 年 3 月 25 日現在、twitter のフォロワー数 2,275 人、FaceBook の「いいね」472 件となっている。現在は主に講座等の事業の広報活動に限って活用しているが、用途に分けて活用する等、SNS の活用法を見直すことも一つの手法だ。

例えば、国立国会図書館では、次の 4 つのようにアカウントが運用されている。

1. 国立国会図書館 NDL (@NDLJP) ホームページの新着情報の発信
2. 国立国会図書館総合目録ネットワーク (@unicanet) 『総合目録ネットワーク（ゆにかねっと）事業』の更新情報を発信
3. 国立国会図書館レファ協 (@crd\_tweet) レファレンス協同データベース事業のイベント情報や登録データの情報発信
4. 国立国会図書館「カレントアウェアネス・ポータル」公式 (@ca\_tweet) 『カレントアウェアネス・ポータル』で配信中の速報ニュース、「カレントアウェアネス-R」のタイトル情報の発信

事業ごとにアカウントを作成することで、わかりやすく、かつユーザー自身が関心の高い情報を選択して取得することができる。

現在、大阪市立図書館ではひとつのアカウントのみで、「催し」「展示」「お知らせ」「商用 DB」といった定型文を冒頭に付与することで、内容を種別しているが、「催し」「休館情報」「お知らせ」といった大枠でアカウントを作成し、それぞれ情報を発信すると、ユーザーが利用しやすい広報活動につながるのではないか。その中で、「ビジネス」という枠組みを作り、国立国会図書館のレファレンス協同データベースに登録したビジネスレファレンス事例をピックアップし、随時紹介していくと、ビジネス支援サービスの広報へとつながることも考えられる。

「平成 29 年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」（総務省情報通信政策研究所）<sup>9</sup>によると、「主なソーシャルメディア系サービス/アプリ等の利用率」が全年代で高いのは、LINE（75.8%）、Facebook（31.9%）、Twitter（31.1%）、Instagram（25.1%）の順になる、とある。Twitter や Facebook だけでなく、その他の全年代で利用が高い SNS を活用することも引き続き検討したい。

また、紙媒体での広報活動も重要だ。大阪市立図書館では、講座開催時に参加者に対しアンケート調査を行っており、その中で、講座情報の入手手段についての質問を設定しているが、「ちらし」が最も高い回答率となっている。ちらしのデザインや配布先の選定等、効果的なちらしでの広報活動を模索していきたい。

おわりに

『課題解決型サービスの創造と展開』（大串 夏身/編著、青弓社、2008.4）の中で、著者は、「課題解決型サービスに積極的に取り組むことで、レファレンスサービスをより活発にすることが期待されている。」<sup>10</sup> と述べている。ビジネス支援サービスは、ビジネスレファレンス図書館推進協議会が設立した 2000 年頃に広がったと考えても、サービスが開始されて 20 年程しか経過していない。今後も全国の図書館がそれぞれ実施可能な範囲でビジネス支援サービスに取り組み、継続していくことで、レファレンスサービスはより活発になっていくだろうと考える。ただし、それには図書館がユーザーである市民のニーズを捉え、「図書館は生活課題、ビジネス課題に活用できる」とアピールしていくこと、また、図書館が発信する多くの情報からユーザーが必要な情報を選択的に受信できる仕組み作りといった、広報に対するより一層の工夫が必要であろう。

---

<sup>1</sup> 大阪市立図書館公式サイト「過去の目標と評価」の平成 23 年度評価「大阪市立図書館のサービス展開～知識創造型図書館をめざして～」（平成 23 年 3 月作成、平成 23 年 7 月更新）、平成 24 年度評価「大阪市立図書館「知識創造型図書館改革」（19 年度～22 年度）の検証結果（平成 24 年 7 月）」 [https://www.oml.city.osaka.lg.jp/?page\\_id=1293](https://www.oml.city.osaka.lg.jp/?page_id=1293)（2019.3.26 確認）

<sup>2</sup> 『実業と図書館』（大阪市立図書館、[19--]）本書には出版年が掲載されていないが、『大

- 
- 阪市立図書館時報 第2号 回顧二十年号』(大阪市立図書館, 1941.6)p.47 に大阪市立図書館の出版物一覧があり、「一、実業と図書館 昭和十三年」と記載されている。
- 3 「大阪市出前講座」大阪市の取組みや暮らしに役立つ知識・情報などを職員が説明することによって、市民のみなさんにとって必要な課題やテーマについて学習する機会を提供することを目的する職員派遣講座。そのひとつに「図書館 120%活用術」がある。同タイトルの講座を、図書館内で開催することもある。
  - 4 「大阪市教育振興基本計画 (平成 29 年 3 月改訂)」  
<https://www.city.osaka.lg.jp/kyoiku/page/0000392545.html> (2019.3.25 確認)  
「3-2 2つの「最重要目標」を達成するために重点的に取り組むべき施策 (7) 地域に開かれた学校づくりと生涯学習の支援」にて図書館の機能強化があげられている。
  - 5 「第3次「生涯学習大阪計画～ひと・まち・まなびをつなぐ生涯学習～」(2017-2020)」  
<https://www.city.osaka.lg.jp/kyoiku/page/0000395229.html> (2019.3.25 確認)「4 施策の基本的な方向 【施策の内容】 オ 図書館機能の充実」にて図書館の機能強化があげられている。
  - 6 大阪市立図書館公式サイト「図書館ビジネス講座「元気塾」」  
[https://www.oml.city.osaka.lg.jp/?page\\_id=865](https://www.oml.city.osaka.lg.jp/?page_id=865) (2019.3.25 確認)
  - 7 大阪市立図書館公式サイト「図書館からの情報発信 Twitter」  
[https://www.oml.city.osaka.lg.jp/?page\\_id=419](https://www.oml.city.osaka.lg.jp/?page_id=419) (2019.3.25 確認)
  - 8 大阪市立図書館公式サイト「図書館からの情報発信 FaceBook」  
[https://www.oml.city.osaka.lg.jp/?page\\_id=1582](https://www.oml.city.osaka.lg.jp/?page_id=1582) (2019.3.25 確認)
  - 9 「平成 29 年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」(総務省情報通信政策研究所)  
[http://www.soumu.go.jp/menu\\_news/s-news/01iicp01\\_02000073.html](http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01iicp01_02000073.html)(2019.3.25 確認)
  - 10 『課題解決型サービスの創造と展開』(大串 夏身/編著,青弓社, 2008.4)p.16