

## 文京区図書館のビジネス支援を定着させるために

後藤 浩平

文京区立小石川図書館

### 1. はじめに

図書館が地域に必要な存在であり続けるために、文京区図書館のビジネス支援を活発にしたい。この地域に合ったビジネス支援を「誰に→何を→どのように」の順に企画し、定着できる仕組みを作る。「誰に」を起点とするのは、本講習会の講義（以下講義）から学んだ「相手があってコミュニケーションは成り立つ」<sup>1</sup>、「ターゲットを絞ることで良質なサービス提供につながる」<sup>2</sup>という点にある。そのうえで、対象に合った企画を実施し（何を）、効果的にするための工夫を凝らしていく（どのように）。

### 2. 対象者（誰に）

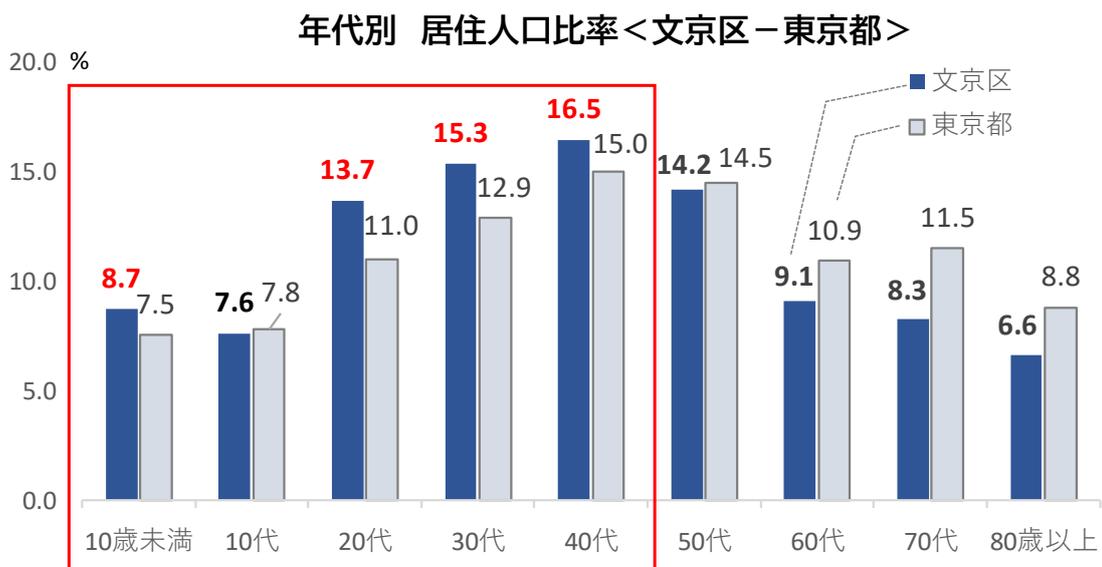
対象者は、（1）市場情報評価ナビ MieNa による居住人口の分析、（2）地域の課題・資産をもとに、A. 育児と仕事を両立する女性、B. 中高生、C. 図書館未利用者に絞った。根拠は以下の通りである。

#### （1）MieNa による居住人口分析

講義の「広報の対象を設定するため地域を知る」<sup>1</sup>を参考にし、MieNa を用いて文京区と小石川5丁目（小石川図書館の所在地）1km 圏内の分析を行った。

#### ①<文京区>10歳未満・20～40代の人口比率が高い ⇒子育て世代にニーズ

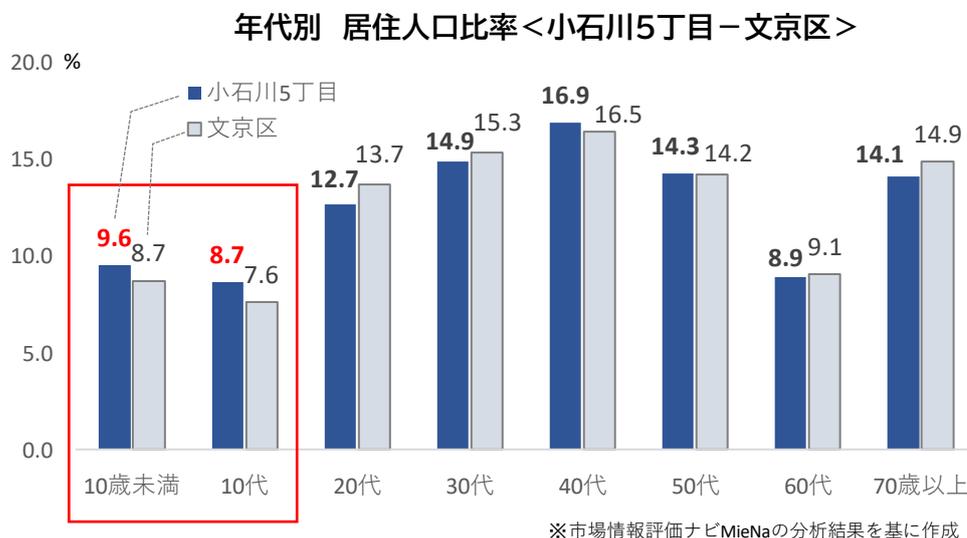
文京区の居住人口の年代別比率は、10歳未満と20～40代が都全体に比べ高い。子育て世代とその子どもが多く住んでいることを示しており、当世代のニーズがうかがえる。



※市場情報評価ナビMieNaの分析結果を基に作成

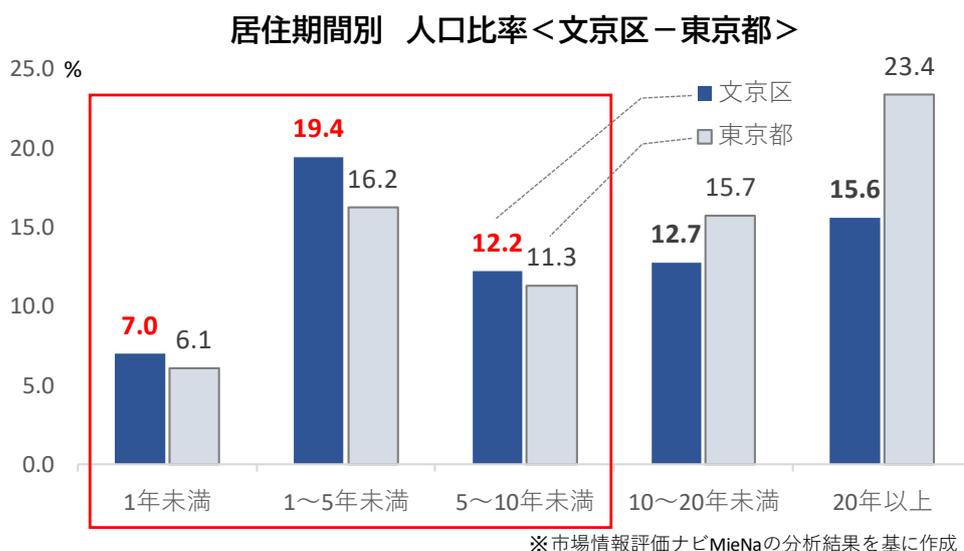
②<小石川5丁目>10代の人口比率が高い ⇒中高生にニーズ

小石川5丁目1km圏内に絞ると、10歳未満と10代の比率が文京区全体よりさらに高い。予備軍の10歳未満も含め、中高生向けニーズの高まりを想定できる。



③<文京区>居住期間10年未満の比率が高い ⇒新たなファン獲得のポテンシャル

文京区の住民を居住期間別にみると、10年未満までの比率が都全体よりも高い。特に1~5年未満は約2割に達しており、近年の転入者増が顕著である。転入間もない=図書館を利用したことがない(またはサービス認知度が低い)と仮説を立て、新たな図書館ファン獲得のポテンシャルがあると捉える。なお転入者の年齢層について、文京区住宅白書<sup>3</sup>では「進学、就職等を背景に15歳から29歳の転入超過が著しい」と分析している。このため、転入者の中でも若年層とその前後世代に焦点をあてる。



## (2) 地域の課題・資産

### ①地域の課題

対象者と対象者ごとの企画は、地域の課題に沿ったものとする。講義で学んだ「図書館のビジネス支援サービスは自治体の産業振興計画の実現に向けたものであることが重要」<sup>4</sup>という点に基づく。A～Cの対象者はいずれも、以下東京都や文京区の総合計画にて対象となる住民層であり、地域課題に沿ったものであることが確認できる。

A. 育児と仕事を両立する女性…「ライフ・ワーク・バランスの実現」<sup>5</sup>、「男女平等参画社会の実現」<sup>6</sup>、「中小企業の企業力向上」<sup>6</sup>

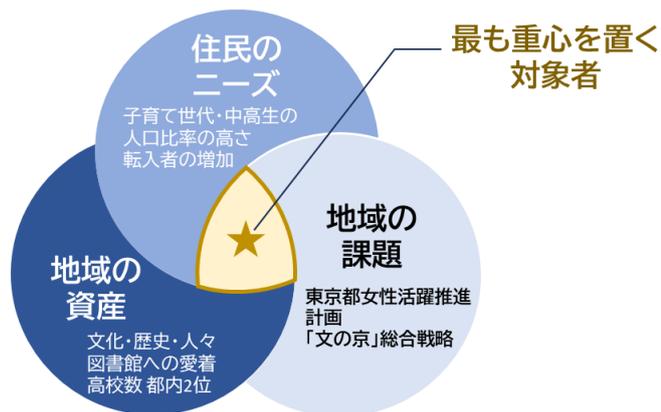
B. 中高生…「新しい時代の学力向上」<sup>6</sup>、「高校生世代への支援」<sup>6</sup>

C. 図書館未利用者…「図書館機能の向上」<sup>6</sup>、「地域コミュニティの活性化」<sup>6</sup>、「人権と多様性を尊重する社会の実現」<sup>6</sup>

### ②地域の資産

これからの図書館が担う役割は「地域にあるもの（資産）をつないでいく活動」<sup>7</sup>と捉える。地域の資産には文化、歴史、人々などに加えて、図書館が地域から愛着をもたれている点も含みたい。具体的には、子育て世代の利用者からは「小石川図書館の赤ちゃん向けイベントに月2回参加している。育休中、赤ちゃん連れで行ける近所の貴重なイベントである」<sup>8</sup>という声が届いている。また文京区の高校数は23区で2番目に多く<sup>9</sup>、中高生が集いやすいという環境も地域資産といえる。これらの背景から子育て、中高生世代を対象の中心とすることが、地域資産をつなぐ活動にも沿っていると考える。

### 対象者選定のポイント



## 3. 企画案（何を）

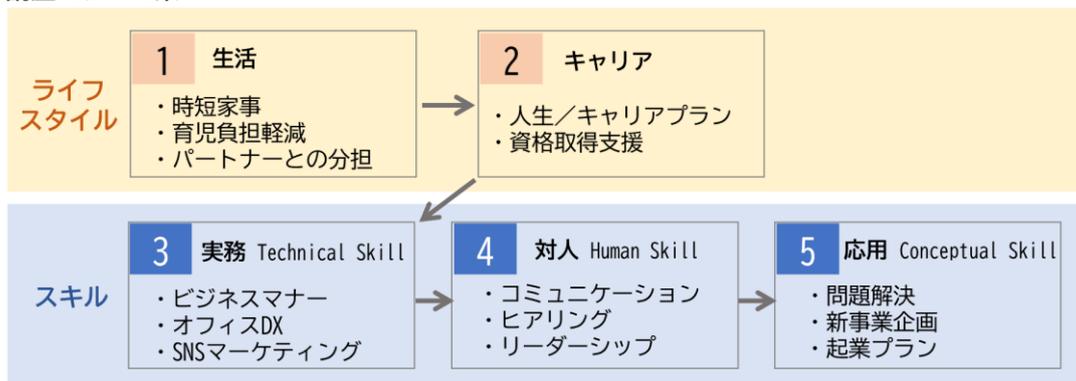
企画の実施は、A→B→Cの対象者の順に着手する。特にA. 育児と仕事を両立する女性については、講習会の企画案として提出し、アドバイザーからの助言もふまえて練り直したことから具体的に述べる。今後この企画を実施して得た経験を活かし、以下に挙げるB・Cの対象者向けの企画も具体化させていく。

対象者	企画案
A. 育児と仕事を両立する女性	・就労、キャリア支援講座の実施 ※詳細は後述
B. 中高生	・本を利用しながら、自由に会話できる場所の提供 ・経営シミュレーションゲームの実施 ・高校生ビジネスプラングランプリの支援
C. 未利用者	[小学生以下+その親] ・児童福祉施設、幼稚園、小学校に図書館のイベントチラシを配布 ・親子で学習できるスペースの提供  [大学生・社会人] ・就職、起業に関するイベントの実施 ・地域課題に関するワークショップの実施 ・地域の企業、商店街の方をゲストに招いたイベントの実施

#### A. 育児と仕事を両立する女性

育児をしながら、就労・キャリアアップを目指す人を応援するプログラムを企画する。ペルソナは先述のアンケート回答者のような、育休中に読み聞かせイベントに参加する女性である。具体的には、①育児と仕事の両立・ビジネススキルに関する講座を実施、②図書館の資料を活用して自己学習・振り返り、③振り返り結果を参加者同士で共有、を1セットとし、全ての時間に託児サービスを提供する。講座内容は時短家事などの日常生活に関するテーマから始め、キャリアプラン立て、実務スキルの順に進める。最終的には新事業企画や起業プランなどの応用内容に発展させていく。自己学習の時間は、館内の会議室を提供し、講座のテーマ本集めやデータベース閲覧を含むレファレンス体制も整える。

#### 講座のテーマ案



ポイントは、アウトプットを伴うことにより参加型かつ図書館資料を活用する点、託児により自宅では作りづらい学びの時間・場所を提供する点である。気軽に参加できるように、講座はロールモデルとなる講師の実体験を交える、オンライン配信も行う、自己学習は退館可の自由時間とするなどの工夫をする。講座の出口として、東京しごとセンターな

どの専門講座を提供する機関とも連携し、さらにスキルアップしたい人への道筋も作る。図書館は専門機関よりも身近な存在として、入口の役割を担えと考える。先述の通り、こうした女性の就労・キャリア支援は、「男女平等参画社会の実現」<sup>6</sup>、「中小企業の企業力向上」<sup>6</sup>といった地域課題の解決にも貢献できる。その目的を共有できる行政、企業、経済団体、NPO などとの協力連携へと輪を広げ、図書館の地域貢献度を高めていきたい。

#### 4. 実施の工夫（どのように）

企画を実施する際には、連携、ストーリー化、コンセプト表明の工夫を凝らしていく。

##### ①連携する

地域や利用者のニーズに応えるためには、同じ目的を共有できる専門機関との連携が重要となる。連携する際は「図書館のために連携するのではない」<sup>10</sup>ことを念頭に、主語は連携先と利用者とし、その双方にメリットを生み出すことに重点を置く。この前提に立ったうえで、図書館にとってのメリットも考える。先述の企画案の例では、東京しごとセンターは図書館利用者との接点を持てる、利用者は専門メニューへ進む道筋ができる、図書館はその橋渡しとなるメリットを享受できる。

##### ②ストーリー化する

「ストーリーを作り、利用者の感情にフックをかける」<sup>7</sup>工夫も行う。講義や他班の企画案を参考にアンケートやレファレンス事例から、利用者の体験を丁寧にストーリー化していく。上記企画案の実施時には、イベント参加者の声をストーリー化することで、参加しなかった利用者にもその価値を共有できる。

ストーリー化する際は、利用者の体験（図書館を活用しどのような価値を感じたか）を示し、図書館目線や感謝の押し売りにならないよう留意する。またレファレンス事例は、上手に使いこなす達人の視点ではなく、ライトユーザーが身近に感じられるものにする。そしてライトユーザーの視点に立ちつつも、なぜ達人が図書館をよく使うのか、どのように有効活用しているかを伝え、ライトユーザーが図書館ファン＝達人となるサイクルを作っていく。

##### ③コンセプトを表明する

ビジネス支援をなぜ始めるのか、そのコンセプトを表明する。先述の企画案やストーリー、今後企画する展示、イベントの全てにつながりをもたせ、地域への思いを吹き込むためである。「地域のみなさまの課題解決に寄り添う存在になりたい」というメッセージを、ビジネス支援に関わる全ての配布・掲示物に添える。「はたらくをらくにする。」<sup>2</sup>を理想として、端的な言葉で表したい。

#### 5. おわりに ー目指す姿ー

最後に、講習会での学びにより自身が変われた点、これまでの経験とつながりを見いだせた点が多くあったため、今後の目指す姿について整理する。

図書館活動の核心の一つは地域づくりであるため、地域や住む人の課題解決を最前線で支援したい。ビジネス支援を始める際は、地域や利用者側の視点でニーズを探り、新たな満足を作りだしていく。昨年まで在籍した企業では、経営層への取材による企業評価やビジネス支援に携わってきた。その経験から、企業活動は「マーケティング＝顧客の欲求からスタートする、イノベーション＝新しい満足を生み出す」<sup>11</sup>につきると実感した。この点は講習会でも数多くの共通点を感じられ、経験とのつながりを見いだせた。図書館員キャリアもビジネス支援もスタート地点に立ったばかりで、学ぶべき・変えるべき点が多いが、基本姿勢として図書館でのマーケティングとイノベーションを追求していきたい。そして、同じ目的をもつ仲間を自館で増やし、個人ではなく図書館の資産として定着するよう取り組んでいく。

以上

---

<sup>1</sup> 島津英昌「第24回ビジネスライブラリアン講習会資料 ビジネス支援のための広報コミュニケーション講座～実際にサービスを利用していただくために～」

<sup>2</sup> 浅野隆夫「第24回ビジネスライブラリアン講習会講義 図書館のマネジメントとアドヴォカシー ～司書のチカラ、モチベーションを引き出すために～」

<sup>3</sup> 令和5（2023）年度文京区住宅白書 令和6（2024）年3月「第2章 住環境をとりまく基礎的な状況」

<https://www.city.bunkyo.lg.jp/documents/4512/202431113427.pdf>

<sup>4</sup> 竹内利明「第24回ビジネスライブラリアン講習会資料 図書館におけるビジネス支援サービス概論」

<sup>5</sup> 東京都女性活躍推進計画 令和4（2022）年3月

[https://www.seikatubunka.metro.tokyo.lg.jp/danjo/danjobyodo/files/0000000183/jyokatsu\\_full.pdf](https://www.seikatubunka.metro.tokyo.lg.jp/danjo/danjobyodo/files/0000000183/jyokatsu_full.pdf)

<sup>6</sup> 「文の京」総合戦略 令和6（2024）年度～令和9（2027）年度 令和6（2024）年3月 No.6・11・30・36・37・39・40

[https://www.city.bunkyo.lg.jp/documents/8574/1\\_1.pdf](https://www.city.bunkyo.lg.jp/documents/8574/1_1.pdf)

<sup>7</sup> 豊田恭子「第24回ビジネスライブラリアン講習会講義 アメリカの公共図書館におけるビジネス支援サービスの最新動向」

<sup>8</sup> 文京区図書館「令和5年度利用者アンケート集計結果」

[https://www.lib.city.bunkyo.tokyo.jp/Portals/0/resources/img/bunkyo/01-masago/riyousha\\_R5kekka.pdf](https://www.lib.city.bunkyo.tokyo.jp/Portals/0/resources/img/bunkyo/01-masago/riyousha_R5kekka.pdf)

<sup>9</sup> 東京都 令和5年度学校基本統計（学校基本調査報告）

<https://www.toukei.metro.tokyo.lg.jp/gakkou/2023/gk23qg10000.htm>

<sup>10</sup> 常世田良「第24回ビジネスライブラリアン講習会講義 図書館員の意識改革」

<sup>11</sup> P.F.ドラッカー著『マネジメント 課題、責任、実践』1974年