

# 地方創生時代における図書館のビジネス支援と持続性

旗手 優

(国立国会図書館)

## 1. はじめに

本稿は第16回ビジネス・ライブラリアン講習会（以下「講習会」という。）の修了レポートとして、講習会で学習した内容を踏まえつつ、筆者が独自に調査した資料を参考に作成を行い、後日一部加筆修正したものである。

本稿では、まず日本の現況及び図書館のビジネス支援における現況を確認し、続いて情報収集型のビジネス支援サービスを中心に、ビジネス支援サービスの持続性や持続に繋がる方策について考察した。また併せて、労働政策研究・研修機構の調査を元に、若年層の地元企業の認知度向上を狙ったビジネス支援サービスについて、簡単に考察を行った。そして最後に、筆者が所属している国立国会図書館が果たせる役割について、私見として言及を行った。

## 2. 日本の現況及び図書館のビジネス支援の現況

2014年の5月、地域間の人口移動が将来も収束しないと仮定して計測すると、実に896もの市町村において、2040年時点で若年女性人口が5割以上減少する、という日本創成会議・人口減少問題検討分科会の試算結果が発表されるなど、日本の地方自治体の大規模消滅は、決して誇張ならざる局面を迎えている。また並行して、地方の産業を支えている中小企業の後継者問題も大きな課題となっている。先日は、後継者問題による廃業をそのまま放置すると、2025年までに累計で650万人の雇用と約22兆円のGDPが失われる可能性がある、という中小企業庁の試算結果が出た、と報道される<sup>1</sup>など、中小企業を取り巻く状況は相当厳しいと言わざるをえない。これら、地方の人口減少の問題、中小企業の衰退の問題は、まさに喫緊の課題である。無論、これらの問題にまず取り組むべきなのは政府や地方自治体の各担当部局、商工会議所等の各種団体であるのは言うまでもないが、公共図書館ももはや他人事ではなく、地方自治体に所属する組織の一つとして、これらの問題に関わっていかないといけないだろう。

このような状況の中、講習会の講義でも言及があった通り、全国公共図書館協議会編『公立図書館における課題解決支援サービスに関する報告書. 2015年度』全国公共図書館協議会, 2016.3によると、2015年度で実に都道府県立図書館は47館中45館、市町村立図書館は1295館中525館がビジネス関連サービスを行っている。事例も数多く報告され、単にビジネス関連書籍やチラシを配置したコー

ナーの設置に留まらず、起業支援、セミナー開催から高校生向けのビジネスプラン作成講座まで、様々である。また、全国紙・経済紙等においても、図書館のビジネス支援は継続して紹介されており（図1）、公共図書館におけるビジネス支援の取組は、今や全国規模の動きである、と言っても差支えないだろう。

図1：日経テレコン21で「ビジネス支援 図書館」で検索した検索結果数（日経テレコン21の検索結果を元に作成）

2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
7	11	6	8	11	12	12	8
2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
5	9	11	8	11	5	4	6

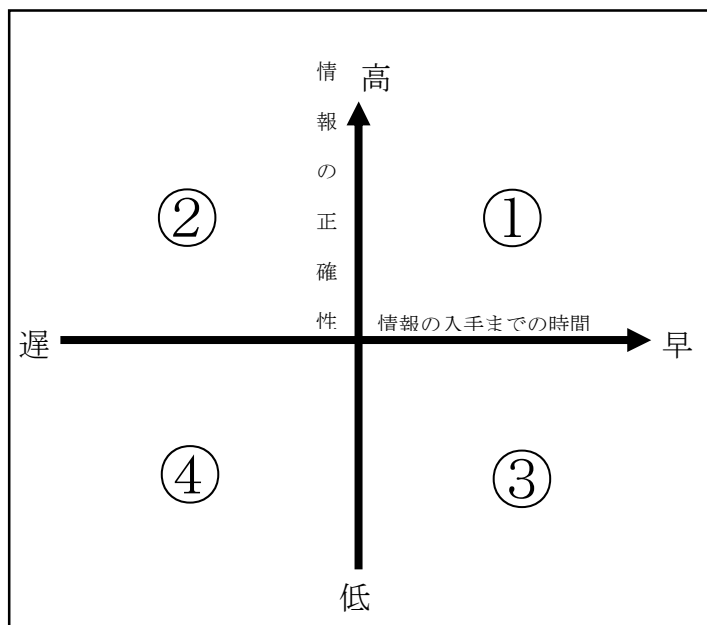
しかしながら一方で、これもまた講習会でも言及されていたことだが、未だに「図書館＝無料の貸本屋」と捉えている層が一定数存在していることも事実である。また、図書館におけるビジネス支援サービスは、各地で一定の成果が挙げられてきているものの、地方人口の減少や中小企業を中心とした産業の衰退に対し、即時的・爆発的な効果を生むものではない。今後は特に、長期的な視点に立ち、持続的にサービスを行い、継続して効果を上げていくにはどうすればよいか、考えていく必要があるだろう。

### 3. 情報収集型ビジネス支援と持続性

既に図書館によるビジネス支援サービスが浸透している地域において、ビジネス支援サービスの持続性を考える上で、今までビジネス支援サービスを利用してこなかった、あるいはビジネス支援サービスの存在自体を知らなかった層への働きかけは、今後重要度を増していくだろう。しかしながら、ただ闇雲に広報活動を行うのでは効果は薄く、これまで図書館を利用してこなかった層の分析、マーケティングを行っていく必要があるだろう。

ここでは例として、起業、新規事業開拓、業務改善、人材育成などを理由として情報を欲している利用者を想定し、その要求度合を4分類し（図2）、それぞれに含まれる利用者像を分析し、どう対応していくのがよいか、考察してみた。なお、本来これを元にアンケート調査等を行い、それに即した分析をさらに行うべきではあるが、ここでは割愛させていただく。

図 2：情報収集の要求度合の 4 分類（筆者作成）



【属性】

- ①……情報の正確性・情報の入手までの時間の要求度合が共に高いタイプ
- ②……情報の正確性の要求度合は高いが、情報の入手までの時間の要求度合はそこまで高くないタイプ
- ③……情報の入手までの時間の要求度合は高いが、情報の正確性の要求度合はそこまで高くないタイプ
- ④……情報の正確性・情報入手までの時間に関する要求度合が共にそこまで高くないタイプ

【各タイプの分析】

- ①……正確な情報をいち早く入手したいと考えており、中には、正確な情報が瞬時に入手できるのであれば、調査会社等の有料サービスでもよいと考えるケースもあるだろう。
- ②……時間をかけてもよいので正確な情報が欲しいと考えており、図書館を活用しやすい層と考えられる。図書館のビジネス支援が浸透しつつある地域では、既にビジネスで図書館を利用している可能性が高い。
- ③……多少不正確な情報が混ざっていてもよいので、情報をすぐ入手したい層であり、インターネットなどで情報を入手するケースが多いと考えられる。

④……とりあえず何かしらの情報が知ればよい、と思っており、とりあえずインターネットなどで調べてみるが、なければ諦めてしまうケースもあるだろう。そもそも情報をあまり必要としない、もしくは情報を重要だと認識していない可能性も考えられる。

#### 【各タイプへのアプローチ】

まず②だが、現在はまだビジネスとして図書館を利用していなくても、従来通りのサービス・広報を継続して行うことによって、図書館利用に結び付きやすいタイプだと思われる。場合によっては、何故広報が行き届いていないか考える必要はあるかもしれない。

問題は残りの①、③、④をどう図書館利用に繋げていくか、である。

次に①だが、情報の正確性という面で図書館のサービスに魅力を感じるかもしれないが、情報入手の速度の観点から、有料サービスのほうがよいと考える可能性もある。ビジネス支援サービスにおいては、情報提供のサービスの質の向上がよく言及されるが、①の層の場合、レファレンスの質の向上や資料の充実だけでは、利用者のニーズを満たさない可能性がある。レファレンスのスピードの向上、速報性の高い資料の収集、データベースの導入などにより、情報入手の時間をいかに短縮していくか、という点も鍵になってくるだろう。

また他方で、地域の機関や専門図書館等の人々と密な関係を築き、人と人を繋げることによって情報収集の目的を満たすことができるケースもある、といったインセンティブをアピールしていくことも重要だろう。

③、④は、ただ単に図書館のビジネスサービスを紹介しても、利用には繋がらない可能性が高い。情報の正確性の大事さ、情報の重要性を知ってもらい、①や②に転換していく必要があるだろう。

しかしながら、それらの啓蒙的活動を単体として行うことはなかなか難しい。例えばセミナーなどの開催も考えられるが、③や④の層がそういったテーマのセミナーに主体的に参加する可能性はあまり期待できない。

他の方策を考えると、ビジネスとしての図書館利用の事例集を作成し、その中で情報の正確性、情報の重要性を説く、というのは効果的かもしれない。しかしながら、事例集というものはどうしても説明が長くなってしまいがちである。文字の羅列は初心利用者への広報媒体としてはあまり適さない、と筆者の経験上常々思うところであるが、特に③や④のような図書館をあまり活用してこなかった層の中には、主体的に活字を読もうとしないグループも存在するだろうから、より一層である。

そこで1つの案として考えられるのが、漫画による事例紹介である。鳥取県立図

書館「マンガでわかる図書館活用事例」(<http://www.library.pref.tottori.jp/business/cat/post-1.html>) や JST「課題解決に役立つ！JST の情報サービス」(<https://jipsti.ist.go.jp/kaiketsu/>) などですでに取り入れられているが、大変わかりやすく、時間をかけずに読むことができる上に、要点を掴みやすい。③や④へ向けたものを考えてみると、ビジネスの情報収集の失敗事例と図書館を利用して成功した事例をそれぞれ4コマ形式で作成して対比させる、などの案が挙げられるだろう。漫画の事例集による広報は、これまで図書館を利用してこなかった層へ強くアプローチしていくポテンシャルを秘めている、と考える。

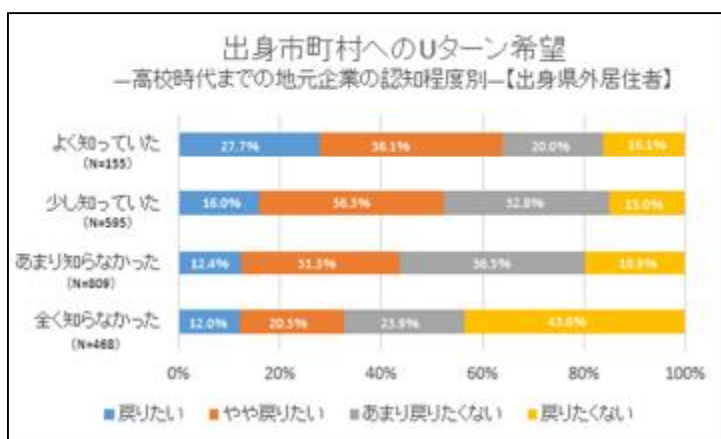
図書館のビジネス支援は、人と人を結びつけるサービス、場の提供など、様々な形があるが、情報収集情報提供という点においては、「何が何でも」「常に」図書館を利用する必要がある、というわけではない。知らない情報があればまずインターネットで調べ、わからない情報があれば図書館で調べる、不正確な情報があれば図書館で補完する、というやり方でもよい。とくかくまず、今まで図書館を使ってこなかった層に、図書館というコマを情報収集の選択肢の1つとして加えることが肝要だろう。

#### 4. 若年層の地元企業認知度向上としてのビジネス支援

ここでは、労働政策研究・研修機構の調査を元に、若年層へのビジネス支援の可能性について簡単に考察する。

2016年に行われた労働政策研究・研修機構の調査で、高校時代までの地元企業の認知程度と出身市町村へのUターンの希望程度に相関性がある<sup>ii</sup>ことが示された。具体的に数値を見てみると、高校時代までに地元企業について「よく知っていた」と答えた県外居住者のうち、地元へ「戻りたい」、「やや戻りたい」と答えた人は63.8%であったのに対し、「少し知っていた」と答えた人は52.3%、「あまり知らなかった」と答えた人は44.7%、「全く知らなかった」と答えた人は32.5%と、明らかに数字が異なった結果である(図3)。元々地元愛があるから地元企業についてよく知っている、という方向性も考えられるので、若年層の地元企業の認知度向上が、県外移住者の地元へのUターンの意識に直接的に繋がる、と断言するのはやや飛躍になるかもしれないが、何かしらの効果をもたらす可能性は十分にあるだろう。

図 3：出身市町村への U ターン希望（『UIJ ターンの促進・支援と地方の活性化：若年期の地域移動に関する調査結果』の図 3-16 を再編集。）



若年層の地元企業の認知程度上昇の方策としては、例えば 労働政策研究・研修機構編 『地域における雇用機会と就業行動』 労働政策研究・研修機構、2015.5 で紹介されている長野県岡谷市の「ものづくりフェア」の事例のように、そういった場を設け、若年層に地元企業を紹介することが一つとして考えられるだろう。本事例は商工会議所の事例であるが、図書館も類似した取組は可能であると考えられ、既に取り組んでいる事例もあるだろう。

また若干方向性が異なり、実現可能性も未知数だが、今回の講習会のプレゼン演習では、自分たちが所属する自治体で行う新たなビジネス支援の提案、というテーマでプレゼンを行ったが、筆者が所属した班は、事前課題で班員が作成した案を土台とし、自治体内の中小企業の PR のための書籍の作成の支援、というプランを提案した。そこでは、その成果物である書籍の利活用方法の1つとして、中学生・高校生でも読める内容にして中高生に地元企業をアピールできる、といった点も挙げたが、これはまさしく「高校生までに地元企業の認知程度を上昇させる方策」といえるだろう。

ただし一方で、本調査は、就職先が少ない、若年層の就職希望先とのミスマッチなどの理由により「帰りたくても帰れない」層がいる事実も浮き彫りとなっている。若年層への地域企業の認知度程度向上の取組は、自治体の雇用創生対策と密に連携していく必要があるだろう。

なお、本調査はこのほかにも、Uターンに関するアンケート調査結果及び分析結果が掲載されており、今後図書館の若年層向けのビジネス支援を考えていく上で、一助となるかもしれない。

#### 5. 公共図書館のビジネス支援サービスと国立国会図書館の役割

筆者が所属している国立国会図書館は、奉仕者が国民全体であるなど、一般的な公共図書館と異なる部分が多く、地方創生に資するためのビジネス支援サービスを直接的に行うことは難しい。しかしながら、公共図書館のビジネス支援サービスを支え、加速化させる働きは十分可能である。

例えば、遠隔複写サービスのサービス向上、リサーチ・ナビや目次データベースなどのオープンデータベースの利用促進は、地方の公共図書館において、3章で言及したような、利用者の情報入手までの速度に対するニーズに資するだろう。また他方で、かなり地道な取組になるかもしれないが、大学生の利用者に、図書館がビジネスに活用できる、ということ啓蒙することができれば、いずれ彼らが地元へ戻った時に、地元の公共図書館をビジネスとして活用することができるだろう。これは東京という日本で一番大学が多い地域にあるからこそできる取組であろう。

最後に、東京圏内の利用者が中心となってしまうので本稿の趣旨とはややずれるが、来館型のビジネス支援の一つとして、海外の企業情報や市場情報の調査の支援についても言及する。海外の企業情報や市場情報を国内発行の書籍やインターネット情報だけでカバーするのは非常に難しく、これらの調査において、国立国会図書館が所蔵し主に東京本館の科学技術・経済情報室で開架している英文の企業ダイレクトリーや、海外の一部の会社情報や市場情報等を参照できる契約データベースは、大いに役に立つ。2018年2月末日でのジェトロ・ビジネスライブラリー東京の閉館もあり、国立国会図書館における海外のビジネス情報を求める利用者の需要は今後高まっていく、と予測され、今後これらのリソースのさらなる活用が期待される。

#### 6. さいごに

出版不況が叫ばれる昨今、ビジネス関連の業界専門誌においても、廃刊や有料電子版オンリー化による冊子体の廃止をよく目にする。今後これらが加速すると、図書館におけるビジネス支援の持続性に与える影響は決して少なくないだろう。

5年後や10年後を見据え、これらの状況について注視していきたい。

#### 【参考文献等】

第 16 回ビジネス・ライブラリアン講習会テキスト

地方創生 (<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/>)

鳥取県立図書館ホームページ (<http://www.library.pref.tottori.jp/>)

大串夏身 「解ける!ひらめく!刺激を受ける!"知の拠点"をビジネスに生かす! 大人の図書館利用術」 『日経ビジネス associe』 12(11)=265 日経 BP 社, 2013.9 pp.71-75

日本創成会議・人口減少問題検討分科会「ストップ少子化・地方元気戦略」 2014.5 (<http://www.policycouncil.jp/pdf/prop03/prop03.pdf>)

松田恵里 「地方創生をめぐる論点：総論的な観点から」 『調査と情報』 (838):2015.1.6. 国立国会図書館, 2015.1 巻頭 1, pp.1-12

労働政策研究・研修機構編 『地域における雇用機会と就業行動』 労働政策研究・研修機構, 2015.5

竹内利明 「地方創生・地域活性化の拠点となる図書館：自治体の産業振興部門と図書館の連携」 『産業立地 = Industrial location.』 54(6)=575:2015.11 pp.33-36

国公共図書館協議会編 『公立図書館における課題解決支援サービスに関する報告書. 2015 年度』 全国公共図書館協議会, 2016.3

「起業者の情報行動からみた公共図書館のビジネス支援サービス：ある自治体のビジネス相談会の事例に基づく分析」 『日本図書館情報学会誌』 62(1)=205 日本図書館情報学会, 2016.3 pp.1-19

労働政策研究・研修機構編 『UIJ ターンの促進・支援と地方の活性化：若年期の地域移動に関する調査結果』 労働政策研究・研修機構, 2016.5

中俣保志 「「地方創生」時代のあらたな動向：地域の知的拠点として注目される公共図書館」 『人間と教育』 (92):2016.冬 民主教育研究所編, 2016 pp.96-103

(インターネット情報の最終アクセス日：2017 年 10 月 12 日)

---

i 「大廃業時代の足音」 『日本経済新聞』 東京版 2017 年 10 月 6 日朝刊 1 面 日本経済新聞社

ii 図表 3-16 「出身市町村への U ターン希望-高校時代までの地元企業の認知程度別-【出身県外居住者】」他 (労働政策研究・研修機構編 『UIJ ターンの促進・支援と地方の活性化：若年期の地域移動に関する調査結果』 労働政策研究・研修機構, 2016.5)