



2005 ビジネスライブラリアン講習会修了レポート

「“原宿ビジネス”サポートサービス」の展開について
- “らしさ”を活かすために -

2006.1.10

前渋谷区立中央図書館 小口優子

はじめに - 今こそ図書館でビジネス支援を！

いま日本社会全体が情報に関する質的变化を起こし、公共図書館を取り巻く環境が大きく変わってきている。価値観の多様化の中で、ITの発展に伴う高度情報化の進展などにより、利用者は“情報の消費者”から“情報の生産者”として活動する時代となっている。今後はますます情報を活用して課題や問題の解決にあたるのが日常化する時代となるであろう。こうした情報に関する社会背景の中で、21世紀のあらゆる情報ニーズが図書館に強く迫っていると言っても過言ではない。

情報社会の動向に対応した新たな役割や機能が図書館に求められている。図書館は公共施設の中で最も敷居が低く、森羅万象のテーマの資料を提供し、ビジネスのヒントや発想が刺激される“知と情報の宝庫”である。また、図書館には生きた“検索エンジン”である司書のサポートがある。これらの有用性のうえに立ったビジネス支援サービスは、新たな時代の図書館の使命である。

ビジネスの視点でみた街の背景 - “原宿らしさ”とは -

渋谷区の中央図書館がある原宿という街はアパレル系の企業が集積し、国際的なファッションの情報発信基地として全国的にも有名なところである。いわゆる“表”のほうは1999年頃から高級ブランドショップが次々と進出し、また、同潤会アパート跡地の表参道ヒルズや、パレフランス跡地に2007年春オープン予定の23階建てのファッションビルなどますます注目され続けるであろう。

一方裏原宿と呼ばれるエリアは1990年代半ば頃からストリートカジュアルの流行発信源として注目され始め、入り組んだ路地の奥に知る人ぞ知るショップが点在する魅力的な街として先端の文化を発信してきた。ところが「日経流通新聞 2005.12.2 裏原宿らしさ消え」¹⁾という記事によると、最近、極度な観光地化により偽物と安物ばかりが目立つ街になり、この街にしかない洋服や靴を熱心に探して回る先端層が減少し“らしさ”が失われつつある、と経営者たちは嘆き街からの撤退をも検討しているという。また、昨今の賃料の高騰が店舗の激しい入れ替わりに拍車をかけているらしい。センスはあるが資金力がない若手でも出店可能な賃料相場であったことや、熱い思い入れのある人々をひきつける磁場により、才能と意気ある人を伸ばしてきた街が、他の街と同じ量販店ばかりが目立つようになってきたようだ。

このような背景の中で、この街の図書館として“原宿ビジネス”を情報面からサポートできないだろうか。わずかなスペースで路地裏でがんばる個人の小さな店が多く、経営経験が浅い若手デザイナー企業家が多いことや、普通の商店街のような店が加盟する組織がないといった特性を考えると、“らしさ”を活かして街を再生していくために図書館が情報面からサポートする意義は大きい。

新たな時代の図書館の使命として、今後はこのような社会環境の変化や現状

を踏まえた図書館サービスを展開していかなければならないだろう。地域密着型のビジネス支援サービスとして“原宿ビジネス”をサポートし、地域経済の活性化に寄与するとともに、図書館が地域の情報拠点としてその存在意義をアピールしていくことが重要である。

実現に向けてのカギ

“原宿ビジネス”サポートの実現に向けてカギとなる点としてどのようなことがあるか考えてみた。

素材力 必要な情報の整備

情報社会では、発信するところに情報が集まる、といわれている。情報が集まれば、発信しやすくなり、的確な発信ができる。ゆえに、ビジネス支援サービスを行うにあたっては、情報のラインナップは最も重要なポイントである。

“原宿”という限られた土壌に特化したビジネス資料・情報の提供として、アパレル・アート・デザイン関係の専門資料・海外資料の収集に重点をおく。専門性の高さを感じさせる灰色文献の収集に努め、図書館員の意地を感じさせるコレクションづくりを行う。また、紙媒体以外の情報、視覚的な情報の収集と提供にも積極的に取り組んでいかなければならない。岐阜市立図書館のファッションライブラリー¹⁰⁾ではプラズマTVでプレタポルテやオートクチュールのファッションショーを放映しているが、こういった事例を参考として情報の提供の仕方も考えなければならぬだろう。

ハード面の工夫

ハード面の工夫として、起業・創業ステップに沿った分類・配架・書架構成を考えてみた。

下記の表は、中小企業庁『創業支援のエッセンス』の「創業段階と経営課題の概観表」である。印は神奈川県自治総合研究センターH14度一般研究チームによる「時代を創る図書館 ビジネス支援・市民活動支援に向けて」¹²⁾という研究において、図書館の資料を頻繁に必要とする、とされた事項である。

印のついたものをビジネスの基本資料として収集し、表の縦列をベースとしたコーナー独自の分類をし、かつ、各分類の中では横列のような流れで資料が並ぶように細分類する。さらに、創業準備期、創業期・・・といった見出しをつけるなど、ビジネス情報を必要とする利用者にとって機能的な配架構成となるように工夫をする。

中分類

大分類

	創業準備期	創業期	創業直後期	成長期	安定期
経営全般	★ 経営者としての心得		噴出する諸問題への対応 急成長への対応		★ 課題発見 停滞打破
事業戦略・事業計画	★ アイデア 精緻化	★ 実現性の高い 事業計画	仮説検証と戦略・計画練り直し		★ 新成長戦略開発
会社設立・事業所立地	★ 会社設立の 予備知識	会社設立・事業 開始手続き	事業所拡張	全国/国際展開	立地見直し
資金調達	調達手段検討 事業計画立案	創業支援申請	初年度資金繰り	成長資金調達	資金繰り 経営革新資金
研究開発・製造ネットワーク	産学連携/企業間(異業種)連携による製品開発・製造ネットワーク				
販売・マーケティング	★ 戦略的マーケティングプラン 将来の顧客との人脈づくり		マーケティング仮説検証と対応 販売ネットワーク拡大		★ 新マーケティングプラン
国際化				海外進出/国際調達/提携	
IT化	★ IT基礎知識	低コストIT導入/HP開設		システム拡張 /高度化	システム見直し
法務・税務・労務	会社設立、事業認可、 契約、知的財産権		取引契約、知的財産権		
人事・労務管理	★ 労務基礎知識	人材採用・人材確保 人材マネジメントの制度・仕組みの整備			

また、文献も雑誌もその他の情報も媒体の枠を超え、主題ごとに混配した書架をめざし、ハイブリッドライブラリーとして機能するようにしたり、地域情報として有用な郷土・行政資料コーナーを隣接するようなレイアウト、面の工夫も必要であろう。

以上のようなハード面の工夫（仕掛け）により、Webでは不可能なブラウジングによる“あいまいに探す”¹⁵⁾効果をねらう。

PR戦略 - 知名度とイメージを高める

ビジネス支援を行うにあたってはPRにもこれまでの図書館PR以上に、いやこれまでとはまったく違う戦略による取り組みが必要となる。そういった意味でも、PR戦略のターゲットとして重点を置かなければならないのは未利用者であろう。

要求された情報を提供するだけでは、極めて消極的で受け身の態勢である。利用者（ユーザー）にとって必要な情報を必要なときに直ちに提供していくには、能動的なPRが必要である。未利用者に図書館のビジネス支援サービスの存在を知らせ、図書館に来てもらうためにアウトリーチによるPRに特に力を入れなければならない。商店会・町会の会合、専門学校などにどんどん図書館側から出向いて、何に困っているかどんな課題をかかえているか話を聞く。聞いてきた話から利用者（ユーザー）のニーズを把握し“情報”という形にして提供していく。また、その情報にたどりつけるような仕掛けを考え“しくみ”を提供していく。

未利用者へのPRにはマスメディアの力も大いに活用すべきである。図書館は様々なサービスに取り組んでいる割には、社会の中でアピール度が低い。5) マスコミにとりあげられるようになるために、プレスリリースを利用するというのも一つの方法である。どんな小さなトピックでもプレスリリースを

書き続けるなどして社会に広くアピールしていけば、未利用者の図書館に対するイメージは変わっていくであろう。

ネットワークパワー

情報はネットワークによって強化できる¹¹⁾。公共図書館がハブとなり、地域における各種専門機関や行政機関をネットワークにより結ぶことによって総合的なビジネス支援が可能となるので、他機関との連携は大変重要である。

渋谷区の関連部署及び関連事業を調べてみたところ、

- ・ 生業資金融資（福祉部管理課）
- ・ 経営相談指導（商工観光課）
- ・ 中小企業事業資金融資あっせん（商工観光課）
- ・ 経営者チャレンジ塾（商工観光課）
- ・ 中小企業セミナー、工業経営セミナー（商工会館）
- ・ IT相談、IT活用セミナー、ITアドバイザー派遣（商工観光課）

などがあった。

こうした公的機関との連携はもちろん必要であるが、より有益な情報を提供するためには民間機関との連携も必要である。例えば不動産業者との連携によるテナントリーシング情報の提供や、地域のWebサイト内の求人情報へのリンクなど、協力を依頼することで情報はさらに強化できる。

ビジネスライブラリアンへの道

日本中の若者が集まる街“原宿”。まさに、現代の街文化を象徴する空間を形成している。この街で働きたい、この街で成功したいという人が図書館のビジネスサポートコーナーに来てブラウジングしながらアイデア喚起されビジネスヒントを得る、この街にあこがれている地方在住の人が図書館のHPにアクセスして何かきっかけをつかむ、そのような人がたくさん生まれることを願って、決してあきらめることなくオンリーワンのサービスを実現できればと考える。

参考文献

< 新聞記事 >

- 1) 日経流通新聞 2005.12.2 裏原宿らしさ消え
- 2) 朝日新聞(夕) 2005.12.1 裏原宿 30 社以上に追徴

< 雑誌記事 >

- 3) 「『市民の図書館』からの脱却に向けて正確な理解を 糸賀雅児」(「図書館界」第 57 巻 4 号 日本図書館研究会 2005 年 11 月)
- 4) 「シアトル公共図書館が提起するこれからの図書館 豊田恭子」(「図書館の学校」2005 年 8・9 月号)
- 5) 「図書館を P R する - プレスリリースを書こう - 明石浩」(「みんなの図書館」2005 年 11 月号)

< W e b >

- 6) 地域の情報ハブとしての図書館 課題解決型の図書館を目指して - (文部科学省 図書館をハブとしたネットワークの在り方に関する研究会 2005.1)
http://www.mext.go.jp/a_menu/shougai/tosho/houkoku/05091401.htm
- 7) 裏原 j p <http://www.urahara.jp/>
- 8) U R A H A R A . O R G <http://www.urahara.org/top.html>
- 9) 原宿新聞 W e b 版 <http://www.harajukushinbun.jp/>
- 10) 岐阜市立図書館ファッションライブラリー
<http://lib-gifu.city.gifu.gifu.jp/fashion-top.htm>

< 文献 >

- 11) 「情報センターの時代 新しいビジネス支援」(緒方良彦・柴田亮介 / 著 日外アソシエーツ 2005)
- 12) 「時代を創る図書館 ビジネス支援・市民活動に向けて -」(神奈川県自治総合研究センター 2003)
- 13) 「税金を使う図書館から税金を作る図書館へ」(ひつじ書房 2002)
- 14) 「事例で読むビジネス情報の探し方 東京都立中央図書館の実践から -」(図書館支援協議会 / 編 日本図書館協会 2005)
- 15) 「図書館を使い倒す! - ネットではできない資料探しの技とコツ -」(千野信浩 / 著 新潮新書 2005)
- 16) 「中小企業施策総覧平成 15 年版」(中小企業庁)
- 17) 「民力 2005」(朝日新聞社 2005)
- 18) 「服飾・デザインの本全情報 1945 - 2001」(日外アソシエーツ 2002)
- 19) 「よくわかるアパレル業界」(織研新聞社編集局 / 編 日本実業出版社 2003)
- 20) 「原宿 E c o ものがたり」(宣伝会議 2004)