2017年度JLA中堅職員ステップアップ研修（2）
領域「図書館経営」

図書館のPR実践

日時：2017年6月19日（月）15:30-18:00 会場：日本図書館協会研修室
担当講師：豊田高広（愛知県田原市中央図書館）

自己紹介

豊田高広（とよだたかひろ）

1958年、静岡市生れ。81年、静岡市役所任用。94年、市立中央図書館に配属。開設準備ののち館長を務めた市立御幸町図書館は課題解決支援の取組により2007年、Library of the Year会場賞。10年、愛知県田原市図書館長就任。「元気はいたつ便」が16年「認知症の私と輝く」大賞受賞。「公共図書館員のタマシイ塾」実行委員会代表。趣味は能楽（宝生流）とTVアニメ鑑賞。読書は趣味ではなく、生きていくのに必要なこと。Facebookはほぼ毎日更新中。

著書：『図書館はまちの真ん中』（勁草書房）
『市場化の時代を生き抜く図書館』（時事通信社）
他に論文多数。2017年4月から毎日新聞朝刊東海面にコラム連載中。

この講義のねらい

1　PR活動の目的や意義を知る
2　PR活動の各種媒体の変化に応じた戦略を考える
3　PR効果を上げるためのポイントを学ぶ
4　図書館内外との連携によるPR展開について考える

…で、PRってなんなの？

ここでは、図書館のPRとは、図書館のミッションを達成するための戦略的なコミュニケーション活動全般と考える。館報や、ホームページや、SNSや、マスコミ対応だけじゃない。たとえば…

・カウンターやお話し会場での利用者とのやりとり
・クレームをもってきた住民とのやりとり
・議会質疑や予算ヒアリングや事業仕分けのやりとり

これらも、PRという意識で取り組めば、すべてPR。

1　理論編

PRってなぜやるの？何をやるの？

「情報過剰社会」から「情報集約社会」へ

情報過剰！⇒ネット上の「何か/誰か」にふるいをかけてもらう社会
・SEO　・キュレーションサイト　・フィルターバブル
消費者は…
・消費行動の前にネットで比較検討
・多様なランキングを意識し、優先順位をつける
・消費に付随するサービスやポイントに敏感
・苦情、即、炎上
以上、『広報コミュニケーション基礎』（宣伝会議、2016）等を参照。
…図書館PRに与える影響は？

「お役所仕事」では追いつかない

・稟議システムは限界。

（時間がかかりすぎる、上位者ほど情報リテラシーが高いとは限らないetc.）

・PRの分権化と、そのための指針の共有が必要。

・財政難・人材難の時代だからこそ、評判という資源は大切。

7

PRの目的を考え直そう。

・利用を増やす

どういう利用を増やす？滞在？読書？貸出？調査？相談？

潜在的利用者と顕在的利用者どっちを増やす？

属性は？

・味方を増やす

どういう味方？

スポンサー？サポーター？クレーマー？

8

“PR”と“RP”

PR＝パブリック・リレーション

「本を読もう」「図書館を利用しよう」「うちの図書館っていいよね」など、様々な目的を実現するためのコミュニケーション活動。狭い意味では無償のメディア露出をさし、その結果としての記事等をパブリシティと呼ぶ。

RP＝リーディング・プロモーション

読書を促すことに特化したコミュニケーション活動。

※プロモーションはマーケティングの4Pのひとつ。マーケティングでは、ステークホルダーの要求と欲求を知り、フィードバックすることが大切。

9

実践編

PRってどうやるの？

10

1　何をPRするの？

11

まち（経営母体）をPRする

田原市図書館の場合。

・「再発見！鳥羽ー伊良湖フェリー展」…地域に危機にできること

・「魅力対決！豊橋VS田原」展示…地元の人は意外と知らない

・行政支援展示…人が集まる施設だからやるべきこと（カフェ以外）

・ふしぎ文学半島プロジェクト…話題の継続化で百年ブランディング

12

再発見！鳥羽⇔伊良湖フェリー展 2010.7.7-9.9

魅力対決！豊橋VS田原

新給食センターの展示（行政支援）

怪談ワークショップ～泉名月記念ふしぎ図書館～お散歩e本ふしぎ篇～田原＆豊橋妖怪百物語・・・

図書館妖怪百物語＠ふしぎ文学半島プロジェクト 2015.10.12

LIとしてのミッション・ステートメント

LI＝ライブラリー・アイデンティティ

田原市図書館の場合は…

・「田原市図書館の目標」
・「まち＊ほん 田原市生涯読書振興計画」
・「知る権利を保障する唯一の公的機関」（事業仕分けプレゼン）

2015年、「まち＊ほん　田原市生涯読書振興計画」策定。

5つの重点施策から…

最新の情報技術を活用し、教育文化以外の分野とも協働しながら、読書や図書館利用に障害のある人たちが使いやすい読書環境を追求する。

電子書籍への対応や地域文化資源の発掘・保存・活用とデジタル化の研究と試行について、東三河レベルの連携を視野に取り組む。

生涯読書をPRする事業を実施、市民と共に読書振興活動を促進する。

図書館はなぜ必要か？ (事業仕分けのプレゼンから)

誰でも望む知識や必要な情報を手に入れることを保障する「ただ一つ」の機関。

知識基盤社会を生き抜くために不可欠！

図書館経営としてのPR

あなたの図書館を、誰（スタッフとスタッフ志望者、役所の幹部・他部署職員、顕在的利用者、潜在的利用者、まち＝経営母体に関心のある人、同業者、関連業者、ボランティア、友の会etc.）に、どのように認知されたいか？（★対象を三つ選んで漢字一文字で表現。）

経営組織とその計画にビルトインする必要がある。

図書館をブランディング。

ブランディングとは「かけがえのなさ」への共感スイッチを押すこと。

「民営化」あるいは「指定管理者の変更」を阻止できるのは究極のブランディングかもしれない。

『図書館戦争』は、「図書館の自由宣言」のブランディングと成り得たか？（★どう評価しますか？米トロイ市の例を参考に。）

米トロイ市の図書館存続キャンペーンの事例

共感スイッチを押した！ブック・バーニング・パーティー。

人種・ライフスタイルなどが異なる生活者グループが共鳴する共感ポイントとしての「焚書」という強烈なイメージ（ビッグアイデア）の発見。

⇒図書館存続のための増税投票キャンペーンの成功

　期間6週間、費用40万円、メディアを握る強力な反対派の存在にも関わらず…

ビッグアイデアとは、①驚きのある、②自分が思いつきたかった、③ユニークな、④完璧に戦略と一致する、⑤30年間持ちこたえるアイデア。

（電通パブリックリレーションズ『成功17事例で学ぶ　自治体PR戦略』時事通信社,2016）

2　どうやってPRするの？

利用者の声、スタッフの声を把握する

声を拾い上げ、データベース化し、「見える化」するためのしくみが必要。

田原市図書館の場合。

「トラブル・よいこと・提案」シートと週例会議

インターネットを使ったPR

・ホームページとブログ（幕別町図書館はコンテンツ充実で際立つ）
・SNS（Twitter、Facebookなど）
Twitterについては、鎌倉市、飛騨市などの事例。
・田原市は、HP・Twitter・Facebookを使い分け。（詳しくは次頁以降を…）
①HPとFBはTwitterの引用元。②TwitterとFBは双方向ツール。
③Twitterはゆるい双方向コミュニケーションに活用。フォロー返しあり。
④FBはHPより肉声に近く、コラム連載も複数。
・ウィキペディアの図書館項目
※庁内イントラを使ったPRも重要。田原市は行政支援サービスで利用。

ある日、マーケティング会社のウェブサイトに紹介されました。

【Twitter事例】
こんな使い方あったのか！ 図書館のTwitter運用ノウハウ
http://gaiax-socialmedialab.jp/twitter/443

…という記事の中で全国の3つの注目すべき図書館の一つとして田原市図書館が登場！記事曰く…

地域密着でユーザー目線：ゆる～い投稿に、親近感が湧き出る

気軽に話せば、気軽に答える！田原市のTwitter公式アカウント。

「…イベントや地域の話題に加えて「スタッフの日常」がつぶやかれています。また、フォローを返しているところからも、ユーザーとの繋がりを重視していることが分かります。」

Twitterアンケート機能を使った調査。

「ユーザーと一緒にアカウントを盛り上げたい気持ちがうかがえますね。」

時節ネタに顔文字を添えたスタッフのゆるい投稿。

「もちろん、一般的な図書館アカウントの機能として開館情報やオススメ本の紹介なども行っていますが、全体的に顔文字が多くツイート内容もやわらかな印象です。」

田原市図書館のTwitterのポイントは？

「注目したいのは「図書館にきて！」と直接呼び込むのではなく、本を扱うスタッフを視点にコンテンツを展開することで、ユーザーに「こういう人が働いているのか」「図書館の人と話してみたいな」と感じさせるところです。」

「Twitterは比較的若い利用者の多いSNSとして知られていますが、これらは喫茶店や小規模なレストランなどでも可能なやり方だと思います。」

…だそうです！

そして、とうとう…

キャベゾウ公式アカウントとの「しりとり合戦」が、中日新聞に紹介されてしまいました。（今月16日、三河版）

新聞がSNSを追いか　ける時代です。

田原市のPRは縦割りを超えています。

Facebookも始めました。

こちらは文字数の制約がないので、記事毎の情報量もたっぷり。

第二の図書館ホームページといっても過言ではないでしょう。

調査支援の機能を宣伝する連載記事。

スタッフの休憩室にはネタ帳ならぬネタ掲示板があり、面白そうなレファレンス・ネタを書き留めています。

名物、連載コラム。（その１）

筆のたつスタッフは、それぞれキャラクターを立ち上げて、コラムを連載しています。ROCK司書は人気が高いキャラのひとつ。当館のCDコレクションの紹介もしてくれます。

名物、連載コラム。（その2）

いわゆる撮り鉄のスタッフ、「ビリテツ」は、趣味で撮りためた鉄道写真といっしょに投稿。ちょっと懐かしくありませんか？

一昨年のエイプリル・フールは…

よろしかったら、ぜひ、毎年4月1日は田原市図書館のFacebookをチェックしてください!

なぜ、田原市図書館はSNSを使ったPRに力を入れるのか？

要因1　SNSは若い世代の利用が多い。

▸図書館から足が遠のきがちな若者がターゲット

要因2　SNSは双方向で、画像や顔文字も使える。

▸「ためになるから来なさい」から、

「面白い人がいそうだから行ってみよう」へ

要因3　他のウェブサイトにリンクを張ることができる。

▸「詳しい情報はホームページをご覧ください」

★人件費以外のお金がかからないのは大きい！

SNSを活用するために必要なのは？

目標管理を前提とした、自律的な仕事のスタイル。双方向のやりとりに稟議制度は不向き。

顧客の言葉遣いと興味関心に合わせていく、柔軟な表現力。マニュアル化した接客では対応できない。

加速度的なSNSの進化を試行錯誤で吸収する、ICTリテラシー。減点主義（大過なく…）では失敗から学べない。

SNSを使いこなす当市の図書館職員は、進化する自治体職員の最先端と自負しています。

SNS活用とともに変化してきた、図書館の事業スタイル。

なんでも単独・内輪でやるスタイルから、他者との連動・協働でやるスタイルへ。

たとえば「元気はいたつ便」（図書館への来館が困難な高齢者等を対象とした、高齢者福祉施設への訪問サービス。回想法が特徴。）

図書館のパートナー、図書館フレンズ田原

●2002年、田原町図書館　建設運動の中心→NPOたはら広場へ

●リサイクル・ブック・オフィスで図書館の除籍資料を販売

●毎年8月の「図書館のお誕生日」等の自主事業を実施

●2012年、図書館サポーターズ・おおきなかぶ設立、ブログも開設。

紙を使ったPR

・ポスター、フライヤー（ちらし）、館報、ブックリストetc.

・紙は、図書館員にとってなじみ深い（ゆえに安易に使われる）媒体。

・紙は誰に届いているか？

・紙はどう読まれているか？そもそも読めるか？

・伝統、それゆえの形骸化。（稟議システムに乗りやすい）

42

パブリシティと口コミ

・そのマスメディアは誰に、どの程度、届いているのか？

・口コミのこわさとすごさ。（★嬉しかった口コミ、残念だった口コミを一つずつ挙げよう。）

空間を活かすPR

・サイン・張り紙・館内展示は活かせているか？逆効果では？

・棚は利用者とのインターフェース、棚づくりは利用者とのコミュニケーション。

・館内イベントの意義は？（ユニーク・ベニュー）

・割れ窓効果とは？

人対人のコミュニケーション

・接客こそが最大のPRである。（口コミはたいてい神対応か悪魔?対応についてですよね？）

・会議だって、PRである。（味方づくりの視点で。）

・交渉（たとえば予算折衝）はプレゼンのつもりで臨むべし。

「イケてる」行動をどう促すか？

・「ダメだから規制する」から「イケてるから促す」へ。

・ゾーニングという発想・・・「しずけさコーナー」というしかけ

・「情報リテラシー学習支援」としての図書館PR

・応用行動分析、社会心理学、行動経済学から学ぼう。（割れ窓効果は、ほんの一例）

言葉とデザイン

・ネーミングはだいじ。長すぎず、よい印象が残る言葉を。

・言葉づかいはだいじ。誰が読み手かを考え、漢字と専門用語は最小限、一文は短く、出稿前と校正時は必ず音読を。

・デザイン監修やデザインガイドラインで統一感を。メディアテーク（仙台市）、オガール（岩手県紫波町）など。

PRを組織の中に位置づける

・PR計画をもとう。

・PR担当を置こう。

・全スタッフがPRのメディアになろう。

・専門家の力を借りよう。（デザイナー、ファシリテーター…）

・PR研修をやろう。

利用者が「主役」のPRメディアを。

・「もてなす」メディアとしての、田原市図書館のSNS

・町民インタビューが連載される幕別町立図書館ホームページ

49

コミュニティFMの可能性

・ラジオはインターネット配信の実現で新しい可能性をもつメディアに。

・図書館がコミュニティFMの番組作りに参加したら？（★あなたならどんな番組にする？）

50

実践編おまけ
司書をプロデュース。

51

司書のコスチューム

・エプロンか、スーツか、ベストか、自由か。

52

司書のセルフブランディングに役立つのは？

・名刺？
・SNSやブログ？
・認定司書資格や学位？
・如何にして、司書としての私を認知してもらうか？

53

図書館員としてのPR

あなた自身は、どのように認知されたいですか？（★対象ごとに、漢字１文字で。）

54

PR力の高い司書になるために

・情報編集センスを磨く（NDC以外の棚づくりを工夫してますか？）
・美的センスを磨く（美術館や劇場に行きますか？お稽古事は？）
・言語センスを磨く（推敲・音読してますか？長すぎ、黒すぎ注意!)
・観察力を磨く（受け手の反応を気にしてますか？）
・情報を批判的に見る（ポチッったり受売りする前に考えてますか？）

55

最後に

あなたが得たこと、感じたこと、やってみたいことを２人ずつ組になってお互いに話し合いましょう。（A>B、B>A）

56