

講演年月日	2005年7月13日(水)																																								
講演者	加藤好郎氏(慶應義塾大学国際センター事務長)																																								
テーマ	図書館サービスの評価指数																																								
講義内容	<p>社会学からみた専門職の定義</p> <p>社会学の定義では専門職とは「一般的な知識体系に基づいて依頼者の問題解決を独占的に遂行し、営利原則(従事者の私益)ではなく公共原則(依頼者の公益)を強く要請される職業」。これを図書館における専門職におきかえれば、「図書館・情報学とある特定の知識に基づく技術に基づいて利用者のニーズの把握とサービスへの展開を独占的に遂行し、図書館(員)の自己満足・都合でのサービス展開ではなく利用者の満足度を確保することが要請される職業」と定義できる。利用者の満足度をあげるために、図書館は利用者のニーズを把握し(=マーケティング)評価する必要がある。</p> <p>企業と図書館におけるマーケティングとは</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>企業</th> <th>図書館</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>マーケティングの概念</td> <td>販売促進</td> <td>サービスと信頼の交換</td> </tr> <tr> <td>マーケティングの対象</td> <td>消費者</td> <td>利用者</td> </tr> <tr> <td>マーケティングの戦略</td> <td>競争</td> <td>協力</td> </tr> <tr> <td></td> <td>ブランド競争</td> <td>PULC・地域コンソーシアム</td> </tr> <tr> <td></td> <td>産業競争</td> <td>慶應大学とRLGとの協力</td> </tr> <tr> <td></td> <td>形態競争</td> <td>異種図書館との協力</td> </tr> <tr> <td></td> <td>一般競争</td> <td>大学学内各部署との協力</td> </tr> <tr> <td>マーケティング・ミックス4p</td> <td>product</td> <td>サービス</td> </tr> <tr> <td></td> <td>price</td> <td>時間の節約・アクセスサビリティ</td> </tr> <tr> <td></td> <td>place</td> <td>快適な場所</td> </tr> <tr> <td></td> <td>promotion</td> <td>コミュニケーション(利用者のニーズに合ったサービス)</td> </tr> <tr> <td>ファンドレイジング</td> <td>資金</td> <td>予算・寄付金・ボランティア</td> </tr> </tbody> </table> <p>図書館サービスのライフサイクル</p> <p>図書館が提供する各種のサービスは導入・成長・成熟・衰退期のライフサイクルの段階にあるといえる(例:現在の目録カードは衰退期、OPACを成長・成熟期)。図書館のサービスを運用するにあたり、そのサービスについて現状・将来におけるライフサイクルを評価・検討することと、図書館経営の面で効果・効率・費用対効果・費用対便益のうちいずれを優先しているか考えることが大事である。</p> <p>図書館サービスの評価方法</p> <p>従来知られている業務統計や評価指数による評価方法の他に、ISO11620に図書館評価がある。これらの評価値は図書館の相対評価なので数値のみでは優劣を判断できない面がある。図書館の背景や状況、経緯が異なることを考慮に入れた上で判断することが必要である。</p> <p>Richard Orrのドキュメント・デリバリー・テスト</p> <p>DDT(Document Delivery Test)とはOrr, Richard H.氏が1966年、論文で発表した図書館の評価方法。利用者がドキュメントを請求してから得るまでの状況と掛かった時間による図書館の評価方法。主題に合わせ、専門性を持ち教育・研究上あるべき資料のリストサンプルを作成し、図書館で請求する。資料の入手状況を18タイプ、必要時間を5タイプに分け、定義式により指標値を得る。リストサンプルの所蔵率と指標値から図書館の相対的な評価が可能である。</p> <p>評価のチェックリスト</p> <p>以下〔〕内は題目で、題目の下に大学図書館を評価用に作成された複数のチェックリストがある。</p> <p>(1. サービス〔サービスの基本概念〕のチェックリストの例: 図書館サービスの基本的目的が明文化されている / 教育・研究現場とのコミュニケーションができています / ... / ...)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. サービス〔サービスの基本概念 / 情報サービス / 図書館利用サービス / コンピュータ・サービス / 蔵書管理 / 図書館の協力、協力体制の整備、協力の内容 / 利用者教育サービス / 広報活動〕 2. 情報資源〔収集、蔵相構築(収書方針・収書の組織と運営) / 組織化 / 保存・除籍〕 3. 施設・設備〔施設の設計(基本構想・設計) / 利用者のための施設設備(閲覧座席・閲覧席・設備等) / 図書館活動のための施設設備(蔵書の保全・設備等) / 図書館運営管理のための施設設備と運用維持(事務スペース・運用・維持・改善) / 防災安全(防火防災安全管理体制)〕 4. 職員〔図書館員の構成配置 / 図書館員の資質 / 管理者 / 図書館の自主性と図書館員の倫理 / 図書館員の教育研修 / 図書館員の地位〕 5. 組織・運営〔大学における図書館の位置づけ / 図書館運営の基本方針 / 図書館運営体制の整備 / 図書館財政 / 自己点検評価〕 			企業	図書館	マーケティングの概念	販売促進	サービスと信頼の交換	マーケティングの対象	消費者	利用者	マーケティングの戦略	競争	協力		ブランド競争	PULC・地域コンソーシアム		産業競争	慶應大学とRLGとの協力		形態競争	異種図書館との協力		一般競争	大学学内各部署との協力	マーケティング・ミックス4p	product	サービス		price	時間の節約・アクセスサビリティ		place	快適な場所		promotion	コミュニケーション(利用者のニーズに合ったサービス)	ファンドレイジング	資金	予算・寄付金・ボランティア
	企業	図書館																																							
マーケティングの概念	販売促進	サービスと信頼の交換																																							
マーケティングの対象	消費者	利用者																																							
マーケティングの戦略	競争	協力																																							
	ブランド競争	PULC・地域コンソーシアム																																							
	産業競争	慶應大学とRLGとの協力																																							
	形態競争	異種図書館との協力																																							
	一般競争	大学学内各部署との協力																																							
マーケティング・ミックス4p	product	サービス																																							
	price	時間の節約・アクセスサビリティ																																							
	place	快適な場所																																							
	promotion	コミュニケーション(利用者のニーズに合ったサービス)																																							
ファンドレイジング	資金	予算・寄付金・ボランティア																																							