

図書館のブランド構築とパブリック・リレーションズ

2018.7.5.

講師：株式会社トランスヒューマン
代表／渡邊 崇

現在の大学図書館のイメージと実態

外(学生側)から見た大学図書館

- レポートを書くときや試験前に使う静かな場所
- ネットで十分調べられるから、あまり必要性を感じない
- 雑誌や興味のある文献は立ち読みすることもある
- 静かすぎて、長いづらい…
- 夏は冷房が効いているので涼みに行く

内(図書館司書)から見た大学図書館

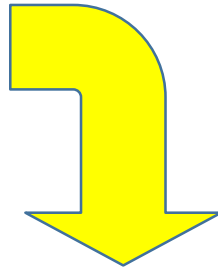
- 実は大学の歴史の宝庫…創立時の資料や、貴重な文献も保管されている**
- レファレンスサービスが充実している…本の貸し出しだけじゃない、ノウハウもどんどん使ってほしい
- 各種メディアも充実…紙媒体だけではなく、映像、Webなど、さまざまな媒体が利用できる
- 出会いの場…学生同士のコミュニケーションの場にもなる
- 海外の学生…図書館は自主鍛練の場。ここをいかに使えるかが非常に重要。

魅力的なコンテンツがあっても、利用者にはその価値が理解できない。
むしろ、実際にサービスを受けてみても
ネガティブ要因のイメージが強い。＝どうすれば大学図書館が持っている価値を、理解させることができるか？

そこで最近注目されるのが
「ブランディング」と「PR」

「ブランディング」とは

自分の家畜と他人の家畜を間違えないよう、焼き印を押して区別していたことから、「銘柄」「商標」を「brand(ブランド)」と言うようになった。



「自分のもの」であることを主張するために生まれた考え方

「PR」とは

ブランディング –
相手に自分のイメージを
持ってもらおう努力

PR –
相手に自分のイメージを
伝える手法

「B-trax」サイトから



PRを行う場合に大切なこと

- 誰に(ターゲット)
- 何を(伝えるべき内容)
- どのように
(どのような表現・メッセージで)
伝えるか

どのような表現・メッセージで伝えるか

ターゲットが「気づく」表現とメッセージが大切

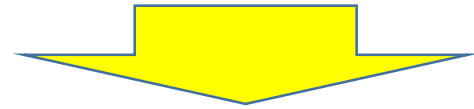


実は、普段もやっていること
と、考え方は同じ



ユニバーサルデザインについて

障害者，留学生，社会人等へのサービスを想定



デザイン界でも、
かつてない注目度の高さへ

2020年に向けた施策でも大きなテーマに！

2020年へ向けて標識も変わる？

●国際規格 (ISO) に合わせることを検討しているピクトグラム

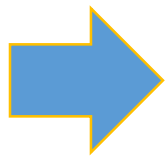
	温泉	キャッシュサービス	案内所	触るな
JIS規格				
ISO規格				

●追加を検討しているピクトグラム

海外発行カード対応ATM	無線LAN	祈祷室
		

誰に何を伝えるの？

- ユニバーサルデザイン、と聞いて連想するもの
- →誰でも使いやすい！
- →差異を感じさせない？
- →便利なツール？



こうした視点にこだわればこだわるほど・・・
実は使われないツールになる。

ユニバーサルデザインが一番活かされているモノ

- ■文具品(左利き用、障がい者でも使用できる仕組み)
- ■標識・ピクトグラム(日本語が理解できない人でも迅速に伝えられる)
- ■建築(障がい者向けの設計)



多様性への考え方の変化・ダイバーシティの考え方がスタンダードになる

視点を改めて考える



視点を改めてみると、
今までの価値観も変化する。

ユニバーサルデザインに必要なモノとは

- 必要なのは、「多様性」への捉え方
 - 「多様性」×「大学図書館」＝
- どんな価値を生み出したいのか



この想いを踏まえた上での施策
がユニバーサルデザイン！