

講義・演習①

「図書館ブランディング入門 -内外に味方を増やすコミュニケーション戦略-

講師：図書館サービス計画研究所代表
仁上 幸治



(講義中の仁上講師)

1 はじめに

利用者教育等にも動画は使う方が有効である。内容が伝わるだけでなく、インパクトのある動画は、見たことを強烈に印象づけることができる。

研修の記録は、スライド、配布資料、アンケート結果、講演録等、全て公開し、もっとアピールすべきである。研修を開催すること自体が自己目的化している面があるので、PDCA サイクルをきちんと検証することが必要だ。

事前アンケートを見ると、広報をどうすれば良いかと悩んでいるが、基本的文献すら読もうとしていない。自分でアンテナを張っておけばいくらでも情報は入ってくる。研修で聞きたいと思っている疑問点は、すでに皆さんの記述欄に答えが書いてある。悪いと思っていることは改善し、やろうと思っていることを行動に移すだけでいい。

PR 以前の問題として、日本語は常識に従ってシンプルな表現を心掛けるべきである。印刷物は背景と文字の配置や色、ロゴ

マークなどデザインの基本原則から逸脱している。文法上の間違いに無自覚で、用語は意味にも表記にも揺れがある。利用者目線での検討を怠っている。

2 名刺はブランディングの入口

図書館員は名刺を持ち歩いていない場合が多い。どうやって自分を覚えてもらうのか、どうやってメールをもらおうと思っているのか。名刺は相手に自分を印象づける自分ブランディングのツールである。館では共通のテンプレートを使うべきである。統一されたデザインは組織の指揮命令系統や運営がしっかりしている印象を与えることができる。

3 味方をつくる

図書館員は自分の仕事を着実にこなすことに重きをおいており、印象づけということを意識してこなかった。印象の総和はすなわち「評価」となる。メディアでの扱われ方が、世間での図書館員に対するイメージそのものである。必ずしも誤解ではない部分もある。

味方は探してもいない。自らで作り出すものである。図書館員の社会的イメージを変えるには、まず自分を変える、。そこで初めて味方ができてくる。

4 先進事例

先進事例も探せばいくらでも出てくる。自虐ネタやダメモトでも何でもやってみる。「ないからできない」「どうせ」と言い訳をしてもしょうがない。街のイベントに出て行って、図書館の有効性と専門性を積極的に積極的にアピールしよう。さらに、研修報告の資料なども PR 素材として、公開するべきだ。

固定観念を捨て、発想を転換することが大事だ。