

講義①

「図書館のプロモーション戦略の描き方」

講師：(株)日本能率協会総合研究所マーケティング・データバンク (MDB) 事業部
コンサルティングサービス部部长
菊池健司

1 直近の調査テーマについて

日本能率協会総合研究所においては、2018年のビジネスシーンの最も多い調査案件はVR・自動運転である。ヘルスケア、スマートホーム、AIの問い合わせも多い。図書館の利用者には「あそこには何かがある」と思わせることが大切である。

2 図書館を取り巻く状況の未来予測について

未来予測のための発想法の基本は、5つのステップと考えている。①王道文献を把握し、その主張を掴んでおく。②最新の審議会、委員会情報を注視する。③キーパーソンを知る、探す。④規制を知る、特許を知る。⑤スタートアップ(海外/国内)を知る。①は、国や自治体の作成した未来予測の報告書が様々刊行されているのでそれに目を通すとよい。②は、月に1回でよいので新しい審議会があったら目を通し、キーワードを見つけ「図書館」×「〇〇」を考えてみるとよい。③は、審議会や委員会の委員の中に、キーパーソンがいることが多い。④は、規制緩和も元の規制を知らなければビジネスにならない。⑤は、先進事例をまず捕まえることが大切である。

3 公共図書館の強みを生かした情報提供サービスの構想について

上記の①から⑤を基に、社会の価値観やライフスタイルが変わっていく予想を、様々な切り口で、関連書を含めたコーナーを作ってプレゼンテーションしてはどうか。その際、自分の図書館を取り巻く状況の変化(利用者層、地域のあり方、働き方、AIやIoTによる変化など)を考えてみるとよい。

4 プロモーション戦略について

自分が発信するのではなく、発信してもらうことも重要である。おすすめの図書館として選

んでもらい、プロモーションしてもらうには、どのような図書館になればよいかを、当該サイトを見て研究してみる。選ばれる図書館はほとんど変化していくのがわかる。また、動画やVRでのPRは今後欠かせないであろう。このほか、「人」を集めている「人」や「場」に学ぶのもよい。

建築雑誌で特集が組まれているように、「場」としての図書館が今見直されている。大人のリカレント教育を標榜できるのは図書館の強みである。学びの場の提供の数は大学だけでは足りず、eラーニングはあるがリアルな場も大切である。

また、プロモーション戦略としては、「地域連携」、「得意分野の創出」、「動画の時代」、「スマート図書館」、「図書館TECH」などとともに、過去の本を読むことの重要性を脈々と伝えていくことも、図書館にしかできない重要な使命である。

5 まとめ

図書館のプロモーション戦略は以下をキーワードに次のステージに進みたい。①演出の妙。動画、VR/ARの利用を研究・実践する。②間隙を縫う。日本の教育が教えていない3大分野「アート・哲学」「お金」「プレゼンテーション」に取り組む。③評判を創る。誰を狙うのか、これからの時代はどうかを考える。そうすることで、無料で宣伝してもらう。④未来を見せる。コレクションや展示等で相当主張できる。

これからは図書館司書の「選書」が評価される時代である。利用者に「行くと何かある」という期待を持たせることが重要である。映画館の入館者数など、V字回復を起こした産業に学ぶという発想も大切である。



▲講義①