

42

キミ  
学生に届け!

城西大学水田記念図書館

# 大学図書館の広報活動

—広報活動を分析してみた!—

## STEP 1 広報ツール別比較

アンケート結果をもとに、集客に効果的な広報ツールについて分析してみた。



\*円の大きさは、集客数を表す。

ツール	特徴
Twitter	教員からの発信は、ただ待っているだけでは得られない。研究室訪問を行ったり、授業に合わせたガイダンスを実施するなど、迅速な対応の発信によって、集客の進展も期待できる。
図書館HP	学生の興味を引くように文面を工夫し、大学のポータルサイトを通して、全学メールを送付している。
投票中広報	カウンターでは、こまめに学生への声かけを行っており、投票所内にある多言語を案内している。
掲示	コミュニケーションを図ることにより、学生の意向や企画の開催時期、開催内容のニーズを把握できている。学生アドバイザーからの広報や、情報も伝えている。
電子掲示板	図書館員による、メーリングリストやガイダンス内で案内を行なっている。また企画内容によっては、教員の許可を得て授業の前後に教室に貼らせて発信している。
図書館	図書館と事務棟の電子掲示板は、見やすさを重視しているため、必要最低限の項目を表示するようにしている。開催時期が過ぎたものは表示しないように、管理が必要となる。
声かけ	全学部の掲示板・ポスターの貼り出しを行なうほか、大学と連携し、食堂の各テーブルに冊子を置かせてもらえようになった。数が多いが非常に効果的だが、学生が自由に取ったり移動の届かない場所も多かったため、図書館員も取り除くよう有効である。

広報ツール別比較

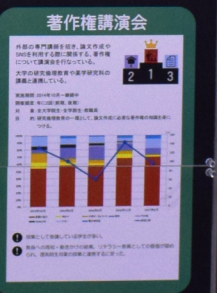
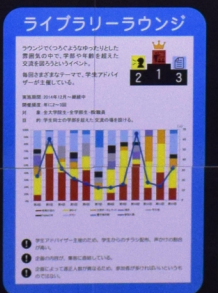
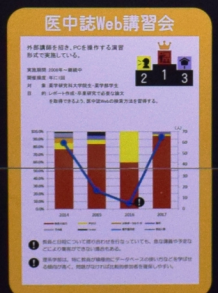
事後広報あれこれ

BookMark

ご自由にお持ちください

## STEP 2 企画別分析

次に、具体的な事例として、城西大学図書館が開催している企画からピックアップし、さらに分析を行なった。



↑ すでピックアップしたイベントの結果を見てみると、集客が安定していないことがわかる。また、学習に直結しないライブラリーラウンジのような催しは、企画内容に左右されていることもよくわかる。ただし、どの企画にも共通して見えるのは、「教員の協力」が突出して高いことである。

この結果からは、学生が自主的に企画を選んで参加しているか？学生が必要な時期に開催できるか？というところまでは読み取れない。現状イベント開催が多く、十分な分析ができていない。今度は、教員・学生のニーズや興味関心について調査・分析をしなければ、高いレベルでの集客を維持することは難しい。

## STEP 3 今後の課題と総括

- 企画内容の見直し**  
図書館イベントを有意義に感じてもらえる魅力的な企画を作り、質の向上を図ることによってリピーターを増やす。
- マーケティング**  
学生のニーズや授業内容を分析・リサーチし、その上で適切な企画を提案する。
- 広報手段の効果的な使用**  
さまざまな広報手段を使い、企画ごとに広報を行なっているが、拡散力には限界がある。教員・学生それぞれに対して、効果的な広報手段の分析・検討が必要である。

マーケティング・企画・広報がうまくかみ合えば、イベントの開催がさらなる集客を呼ぶ好循環を生み出す可能性がある。今回の分析を通して広報の重要性と、企画内容の見直しの必要性を改めて感じた。今回は事前広報に的を絞って分析したが、実際はそのイベントがどういふものだったのか周知することも必要である。また、今後も企画を円滑に運営するために、他部署や演者などと密接な協力関係を築くことも重要である。今後は利用者に寄り添った企画を提供できるよう、課題の解決に努めていきたい。