

ビジネス支援サービスの 設計と運営

2008年3月29日

池谷のぞみ・田村俊作・三輪眞木子・
越塚美加・斎藤誠一・齋藤泰則

研究の目的

ビジネス支援サービスを切り口に
図書館と利用者の関係のあり方を考察

ビジネス支援サービスの背景（沿革・現状）

利用者は
サービスを
どのように
使いこなして
いるのか？

図書館員は
どんな体制で
利用者
に対応して
いるのか？

より良いサービスのあり方を提案

調査研究のスケジュール

| 2005年度 | 2006年度 | 2007年度 |
|-----------------------------|------------------------|-------------------------|
| 研究設計 (メンバーによる討議) | 実態調査対象の協力依頼 | 実態調査B中間報告 (2007年11月) |
| 図書館訪問調査 (メンバーが分担) | 実態調査A (2006年9月) | シンポジウム |
| 関係者の意見聴衆 (グループインタビュー) | 実態調査B (2006年11月) | 実態調査C中間報告 (2008年2月) |
| 実態調査対象図書館の選定 (メンバーによる討議) | 実態調査C (2006年12月) | 調査結果のまとめ |
| | (実態調査D) | |
| | 実態調査A中間報告 (2007年3月) | |

調査の方法(1)

背景情報の収集と実態調査対象選定

国内外のビジネス支援サービス動向を把握

- ウェブ等での情報収集
- 文献調査
- ビジネス支援サービス提供図書館訪問調査
 - 担当者・関係者との意見交換
 - 図書館見学
 - ドキュメント入手

実態調査対象図書館の選定

- 関係者の意見聴取(グループインタビュー)
- 調査対象図書館への協力依頼

調査の方法(2) 実態調査 (半構造化インタビュー)

利用者：最近のビジネス支援サービス利用に関連して

- サービス利用に至る経緯と利用の詳細
- 利用によって得た情報の活用
- ビジネス支援サービスに対する意見

図書館員：担当ビジネス支援サービス業務について

- サービスの設計経緯・内容・提供体制
- 利用者の要求とそれに対する対応
- サービス提供にまつわる知識や情報の共有のしくみ
- サービスに関する今後の展望

分析の観点

- 活動としてのサービス (Normann&Ramirez)
サービスにおける価値の生産は、関係者による
具体的な活動の遂行により可能になる
- サービスの(1)設計(2)提供と運用(3)利用
各活動の従事者が知識を(1)いかに対象としている活
動のために整えて利用可能にし、(2)どんな知識を利用
して活動するのか (知識の実践的マネジメント(池谷))
→各活動者の視点からサービスの特徴を浮き彫りに

ビジネス支援サービスのメニュー

- 専門領域の資料収集
(本・パンフレット・データベース)
- 資料コーナー設置
- 情報探索法講習会開催(館内・館外)
- レファレンスサービス
- ビジネス領域各種セミナー(起業セミナー等)
- ビジネス相談サービス

ビジネス支援サービスのメニュー

レファレンスサービス拡充型



- 専門領域の資料収集
(本・パンフレット・データベース)
- 資料コーナー設置
- 情報探索法講習会開催(館内・館外)
- レファレンスサービス
- ビジネス領域各種セミナー(起業セミナー等)
- ビジネス相談サービス

ビジネス相談窓口設置型

サービスを設計する(1)

- 専門組織と連携する(図書館で完結しない)
 - 設計段階から相談する
 - サービス提供の際の「利用可能な知識のストック」のひとつとして位置づけて設計する
 - サービスの運営体制のなかに組み込む
- 利用者を開拓する(待ち受け型レファレンスからの転換)
 - 図書館のサービスの広報をさまざまな形で行う
 - 広報(インターネット・ちらし・セミナーの企画・開催・出前)

サービスを設計する(2)

- 組織の編成を変える
 - 従来のレファレンスサービスを超えた形でサービスが提供できるように再編成を行う
- 担当者を育成する
 - ビジネス支援図書館推進協議会の講習会受講・集会への参加
 - 地域における研修会の組織

サービスを提供する(1)

- 相談業務(1)
 - 情報源を指し示すことに限定しない傾向
 - 例: データベースの検索結果のうち、新聞の縮刷版から該当記事をコピーして提示
 - 例: 外部組織の特定人物に連絡をつける
 - サービス利用目的について把握する傾向
 - ビジネス関係は利用者の目的意識が比較的明確という認識

サービスを提供する(2)

- 相談業務(2)
 - 専門機関と連携する
 - 質問によっては、近隣の専門機関に利用者を紹介するだけでなく、その専門機関が図書館に人を連れてくることもある
 - 複数で対応 & 一人に対応
 - 複数で対応: 人材的補完、情報を効率よく提示するため
 - 一人に対応: 引き継ぎをする場合もあるが、指名の場合は引き継ぎをしない

ビジネス関連の質問への対応

全体として、ビジネス関連の質問を特に意識することはないというなかで、以下の対応をする担当者がいた

- 時間的配慮 いつまでほしいのかを確認する
- 質問の背景を把握することで必要な情報を提供できるようにする
- 専門機関の人を紹介する

サービスを提供する(3)

- セミナーの開催
 - 内容を作成する
 - 図書館ですべてを作る場合から、外部機関に委託したり、外部機関主催のものに協賛して部分的に参加する場合まで
 - 広報する: インターネット、銭湯、フォーラム開催
 - ビジネス支援サービスを紹介し、来館を促す
 - 地域に根ざしたサポート体制を提供することも
 - 精神的サポート
 - 参加者間のつながりを育む
 - 地域の専門機関や起業した人とのつながりをつくる

サポート体制提供の例

- セミナーのなかですでに起業した人や専門機関の人に話をしてもらう機会をつくる
- セミナーの同窓会開催
- 同窓生が起業するたびにお祝いにかける

サービスを運営する

- 事例の記録による共有 館内／館外
 - 記録の様式は整備済み、記録も多忙な中で実施されつつある
 - 1館を除いて育成のための活用方法はこれから
- 広報的活動による新しい利用者の開拓
 - セミナーを企画し続ける
 - ビジネス情報以外の領域で同様のサービス展開
 - 法律情報、医療情報、農業情報
- 外部機関とのネットワークづくりと維持
 - 定期的な会合をもつ
 - 個人的につながりを作る

サービスを利用する(1)

- 起業の目的をもって来館した利用者の多く:
 - 図書館が館内外で行ったビジネス領域セミナー
 - 専門機関が館内で行っている相談窓口を通して図書館がビジネス支援サービスを行っていることを知って来館している
- 例:ある図書館では紹介された利用者6名中
3名が館外セミナー、2名が日常的な図書館利用者

新しい利用者の開拓にもなっている様子

サービスを利用する(2)

しきいが低い

「(ビジネス支援という)商工会議所関係なイメージでしたよね。だから逆に商工会議所でなく図書館でやるので安心っていうんですか？他の方も誰かおっしゃってましたよ。商工会議所でやるとお金がどこから借りなさいとか、絶対起業するのね、みたいなこと言われちゃいそう。(中略)図書館でやるビジネスセミナーだと、ちょっと起業したいかなっていう軽い、いずれはしたいかな、と。もしかしたらしないかな、と思ってもとりあえず聞ける」

利用して得られた価値＝ 地域に根ざした情報的サポート

「** 学校で就農講座をやっているとかですね、そういう生涯学習じゃないですけども 学習のチャンスとかですね、そういうものはいろんなところにあるんだなということで、非常にそれを有効に活用させていただいているというところで 非常にありがたい、なんですかね、**地域とのスタートが切れたなというふうに思ってるんですがね**」

利用して得られた価値＝ 地域に根ざした人脈的精神的サポート

「セミナーに参加した人たちとの人脈っていうか情報交換とかってのも今でも有効にやっております過去に持ってたものとは違うネットワークがそこに生まれたということですよね」

「図書館の方からは「どうしてる？」とかそういうあの一、お言葉をいただいて(中略)講師の先生が東京からも電報を」

まとめ

ビジネス支援サービスは、

- いずれの「型」にせよ、専門資料とレファレンスサービスの充実化が前提となって組み立てられている
- ビジネスという領域を設定した、図書館利用シナリオを具体性をもって提示した
- 新たな価値の創出
 - 地域に根ざした情報、人脈、精神的サポート

運営の課題

- サービスの持続性をいかに確保するか？
 - サービス担当者との「新しい価値感」を共有する人材の育成
 - 図書館主導による企画を打ち出していけるか？
 - 知識経験の共有による互いの成長を促すよう
なしくみづくり
 - 生じうる「他業務手薄状態」への対処
- どのようなサービス評価尺度を提示できるか？

人材の確保と組織の継続的成長

「あのスタッフをどういう風にして確保していくかっていうことがあるし、そのひとりひとりをその、なんていうんですかね、えー、捕まえておこうと思っても、これはその人事の仕組みの問題なので... どうしようもない部分があって、...そうするとやはり**組織として継続的にその成長するっていうこと**、それから**成長するためのそのモチベーション**、ということをこのへんが非常にあの一、重要なんではないかという風に考えていますけれども」

ネットワークづくり

「こつこつ地道にいろいろな企業を調べてきて、司書は高い知識があるが、ただそこには本当に人や資料があってやっている。いざネットワークづくりになると、術を知らない。それぞれいいものを司書は持っているが、方法を知らないのだと思う」

潜在的な他業務手薄状態

「やっぱりそのビジネスとかって外に出かけることが多い 多くなったりとか 外にこう結構目がむいちゃうっていうか 中のことってこうなかなかこうきっちりとするべきことを... しなくちゃいけない... 感じてても、なかなか外に、まあ、手が回らなくて、どうしても... そっちのほうか... おざなり... でもないけど、まあ適当というような傾向がやっぱりありますね。」