

Ⅱ. ビジネス支援サービスの利用者と利用

1. 利用者インタビュー調査の目的

利用者に対するインタビュー調査では、公共図書館のビジネス支援サービスの利用について、次のような事項を検討課題とした。

1. 利用者がどのような目的でどのようなサービスを利用しているのかを理解する
利用者はどのような経緯をたどって、どのようなことを求めて公共図書館のビジネス支援サービスを利用したのか。また、貸出、館内利用、レファレンスサービス、セミナー、相談会といったビジネス支援の諸サービスのうち、どのサービスを利用したのか。
2. 公共図書館およびビジネス支援サービスのどのような点がどのような効果を生み出したのかを明らかにする
ビジネス支援サービスを具体的にどのように利用したのか。利用後、利用者はどのようなことをしたのか。当初の利用目的に照らしたとき、サービスの利用とその後の行為はどのような意味を持っていたのか。サービスの利用は何をもたらしたのか。
3. ビジネス支援サービスに対する評価、および、サービス提供者としての公共図書館のイメージを明らかにする
利用者はビジネス支援サービスにどの程度満足しているのか。どうしてそのような満足度になったのか。そもそも利用者は公共図書館をどのようなものとして理解しているのか。

2. 調査方法

(1) 質問事項および調査方法

ビジネス支援サービスの利用の経緯や、利用者の認識・意見などを知ることが目的のため、付録1の利用者インタビューガイドを用いた半構造化インタビューにより、ビジネス支援サービスの利用に関わる経緯を1時間程度インタビュー協

力者自身に語ってもらった。特定の利用経験について語ってもらう具体例叙述法により質問事項を決めた。

(2) 調査対象

初年度の訪問調査などの際に、ビジネス支援サービス実施館にインタビュー調査への協力を依頼した。協力を得られた4館からそれぞれ2～6名の利用者を紹介してもらった。インタビュー協力者のプロフィールを表1に示す。

表1 インタビュー協力者のプロフィール

図書館	協力者数(人)	性別(人)		年齢(人)				
		男	女	20代	30代	40代	50代	60～70代
A	6	6	0	1	0	3	1	1
B	6	2	4	1	1	0	2	2
C	4	2	2	0	2	2	0	0
(D)	(2)	(1)	(1)	0	0	(1)	(1)	0
計	18	11	7	2	3	6	4	3

このうち、図書館Dでは、数ヶ月の時間をおいて2名のインタビューを行ったのみで、図書館員へのインタビューなどは行っていない。図書館利用の背景などを十分に理解できていないので、分析の際には、他館の利用者の分析から得た結果の確認にのみ用い、独自の分析は行っていない。

インタビュー協力者の選定方法に明らかなように、本調査はビジネス支援サービスの「典型的な利用者像」や「代表的な利用」の解明を目的としてはいない。むしろ、ビジネス支援サービスの利用者たちが、どのような活用のしかたをしているのか、活用法やその帰結の多様な姿を描くことを目的としている。しかし、表1を見ると、インタビュー協力者は性別でも年齢別でも分散しており、特定の性や年齢層に偏っているわけではない。つまり、調査協力館によるインタビュー協力者の選定からは、実際のビジネス支援サービスが多様な利用者層に対して提供されている様子が見えてくるのである。

(3) 情報行動文法モデル

分析に際しては、三輪眞木子（『情報検索のスキル』2003（中公新書））の情報行動文法モデルを分析の枠組みとして援用した。図1のように、情報行動文法モデルでは、人々の情報行動をゴール（目標）をめざす活動として理解する。ここでの当面のゴールは、情報を探索し入手することであろうが、モデルでは、こうした当面のゴール（直近ゴール）は、起業や仕事上の課題解決といったより大きなゴール（遠隔ゴール）を達成するためのサブゴールとしてとらえられている。つまり、人々の情報探索行動は多重のゴールをめざす活動として捉えられているのである。

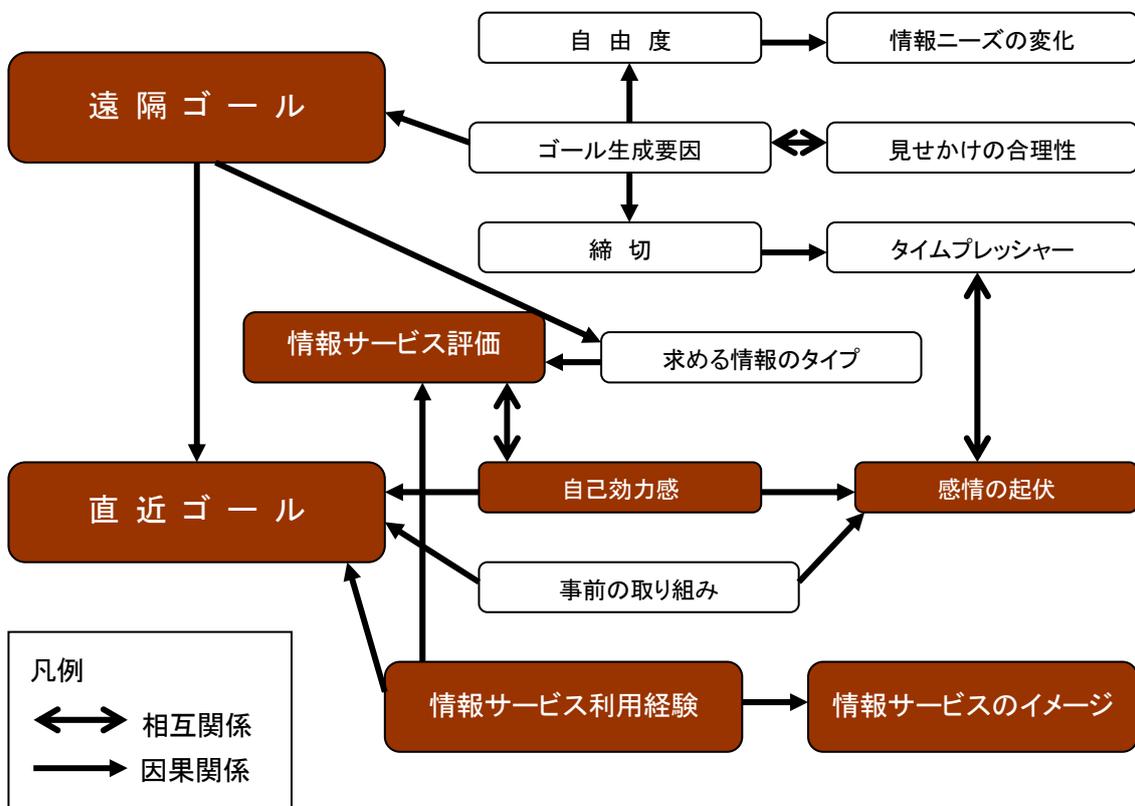


図1 情報行動文法モデル

出典：三輪眞木子『情報検索のスキル』2003, p.114（中公新書）

今回の調査の分析では、図1で文字を白抜きにした部分が特に関係していると考えた。すなわち、遠隔ゴール・直近ゴールという活動の目的に関わる部分、情報サービス利用経験・情報サービスのイメージ・情報サービス評価という情報サービスに関わる部分、および、自己効力感・感情の起伏という感情に関わる部分である。

情報行動文法モデルは情報探索に関わる人々の認識や感情に関するモデルである。モデルによれば、ビジネス支援サービスのような情報サービスに対する評価は、情報サービスをどのように利用したのか、その利用経験や求める情報のタイプなどによって変わってくる。さらに、利用経験の蓄積が情報サービスに対するイメージを形成する、としている。

感情もまた、情報行動を規定する重要な要因である。「自己効力感」とは人々がものごとを達成する自己の能力に対する確信のことで、ここでは具体的には情報を探す自己のスキルに対する確信を指している。自己効力感が低い場合には、情報探索に不安を抱えているために、大きな感情の起伏を経験しやすい。また、情報サービスの利用経験によって、その評価も大きく振れることになる。

この情報行動文法モデルに沿って、ビジネス支援サービスの利用目的(ゴール)、サービスの利用と効果(ゴールの変化など)、サービスに対する評価とサービスのイメージなどの点から、インタビュー結果を分析していった。分析の際には、質的分析ソフトAtlas-tiを用いてコーディングを行った。

3. 調査結果

3.1. ビジネス支援サービスの利用目的

(1) ビジネス支援サービス利用のきっかけ

日頃から図書館を利用して、ビジネス支援サービスも利用している場合と、新たにサービスの利用をはじめた場合とがあった。日頃から図書館を利用している場合でも、ビジネス関係資料の利用やレファレンスサービスの利用のように、日常的な利用のレパートリーが広がる場合と、来館しているときにセミナーや相談会の案内に接し、それまでの図書館利用とはまったく異なるものとして利用するようになる場合とがあった。

新たにビジネス支援サービスを利用するようになったきっかけとして多くあげられていたのは、図書館側からのPRである。自治体の広報紙、ちらし、新聞・CATVなどのマスコミ、といった広報手段や、ビジネスセミナーなどへの出前図書館のサービスなど、図書館からの働きかけも、サービス利用のきっかけとなっていた。また、インターネットで検索していたときに偶然サービスの案内を見つけたケースもあった。

[市]の広報です。もともと独立するつもりでいましたので、あの一、そういった地域の情報には、あの一、アンテナを張ってたんですね

商工会議所なんですか、どこかの主催の夕方の講義に参加した際に、たまたま図書館からいらっしゃった司書さんが、[略]いらっしゃいまして、お話の中で、図書館を使ってくれ、使ってくださいと言われたのです。

(2) ビジネス支援サービス利用の目的と情報ニーズ・サービスの利用

利用者の遠隔ゴールは、起業に関連するものと、日常業務の遂行に関連するものに大別された。起業が遠隔ゴールの場合、ビジネスセミナーおよびビジネス相談会という、図書館の資料・情報の利用とは直接関係しないサービスを利用していたが、ビジネス資料コーナー、レファレンスサービス、データベースなど、図書館の資料・情報を利用する場合もあった。起業セミナーの受講者の場合は、全員が起業を遠隔ゴールにしていた。

ビジネス相談会の利用者の中には、事業の拡大や、新規事業への進出、つまりいわゆる第二創業をめざす人もいた。

後で考察するように、第二創業も含め、起業を遠隔ゴールとする場合には、漠然とした起業のアイデアを抱く段階から、計画を練り、必要な手順を踏んで起業に至るまでに、相当な期間とプロセスを経てきており、したがって、起業に至るプロセスの中で、直近ゴール（情報ニーズ）は次々と変化してゆく。これはクルソーのいわゆる I S P (Information Search Process)¹⁾ が良く適合する事例であるということができよう。

一方、日常業務遂行を遠隔ゴールとする場合では、インタビューの範囲では背景情報の入手や特定の文献やデータの利用など、直近ゴール（情報ニーズ）は明確である。また、繰り返し利用している場合には、探索方法も定型化している。全員がビジネス関連資料の閲覧・貸出、レファレンスサービス、ないしデータベースを利用しており、ビジネスセミナーやビジネス相談会はサービス利用のきっかけになることはあっても、そこから情報を入手しているケースはなかった。

公共図書館のビジネス支援サービスは、必ずしもビジネスに直接関連したニーズにだけ応えているわけではない。サービスは誰に対しても開かれているからである。家族の起業を支援するための利用はまだビジネス関連であろうが、本の執筆や出版に関連する依頼や、作家にファンレターを出す手伝いなどは、明らかに

ビジネス支援の範囲を超えたものであろう。利用したサービスも、レファレンスサービスだけでなく、ビジネス相談会も利用されている。

3.2. ビジネス支援サービスの利用

(1) 探索のスタイル

ビジネス関連資料の閲覧・貸出、レファレンスサービス、データベースの利用といった図書館の資料・情報を利用する場合、図書館員による支援を受ける場合と、自力で探索をする場合とがあった。このうち、起業目的でレファレンスサービスを利用したA館の利用者は、起業のプロセスを通じて、情報の探索から入手まで、図書館員に全面的に依存していた。他方、同様に起業のための情報を求めて図書館を利用しているC館の利用者は、図書館と緊密に連携した産業支援センターのビジネス相談会を利用しており、必要な情報は主に相談会の方で入手し、図書館は関連情報を入手するためにもっぱら利用していた。主にビジネス関連資料の閲覧・貸出サービスを利用しており、探索は自力で行っていた。

このような利用のしかたの違いには、後で見る代替手段の有無が大きく関係しているように思われる。すなわち、代替手段がない場合には、図書館に全面的に情報入手を依存せざるを得ないのに対し、代替手段がある場合には、他の情報源との比較の上で、使い分けていると考えることができる。

日常業務遂行の目的で閲覧・貸出サービスやレファレンスサービスを利用している場合では、初回利用者を除いて、自力で探索・入手を行うか、あるいは一部で情報の探索や入手に図書館員の支援を受けていた。支援を受ける場合は、書誌データベースを用いた文献検索は自力で行い、相互貸借を利用した複写の取り寄せを図書館に依頼しているケースや、図書館に依頼してテーマのヒントになる資料を見つけてもらい、絞り込んだ検索は自力で行っているケース、データベースの使い方を教わり、検索自体は自力で行っているケースなどさまざまであり、共通したパターンは見られない。

その他の目的で閲覧・貸出サービスやレファレンスサービスを利用した場合は、2例で探索と入手を全面的に図書館員に依存していた。いずれもレファレンスサービスの利用で、1例は初回の利用であった。いま一つの例では、利用者は長期間に渡っての利用によって培った図書館員への信頼感により、本人にとって重要な依頼を図書館員にしていた。このケースはビジネス支援の例ではないのだが、サービスに対する評価という点で注目すべき要素を含んでいる。

その他の目的では、この他に、自力で特定の資料を利用しているケースがあった。

(2) 他機関のサービスの利用

多くのインタビュー協力者が図書館の利用の前後に、あるいは利用と平行して、他機関の同種のサービスを利用していた。挙げられていたのは、書店、オンラインデータベース、インターネット、他の図書館などである。先述したとおり、起業目的の利用では、主たる情報源は連携機関のビジネス相談会であった。

ビジネスセミナーやビジネス相談会の利用者の中には、商工会議所などのビジネス相談会やセミナーも利用しているケースが見られた。ビジネス相談会の利用では、大多数の事例で利用の以前に他機関を訪れていたたり、また、相談会で紹介されて他の期間を利用していた。長期間に渡る起業セミナーでは、多くが他の受講者や講師を通じて紹介された他機関などを利用したり、自らビジネスコンベンションや他機関を訪れていた。

後で考察するように、閲覧・貸出サービスやレファレンスサービスの利用の場合、他機関を利用するときには、図書館のビジネス支援サービスの価値を評価し、さらに、複数のサービスを使い分けて利用している。ビジネスセミナーやビジネス相談会の場合でも、サービスを利用するきっかけとして、他機関と比べたときの図書館の特性が考慮されている。

3.3. 起業を目的としたビジネス支援サービスの利用

(1) 起業における直近ゴールと利用したサービス

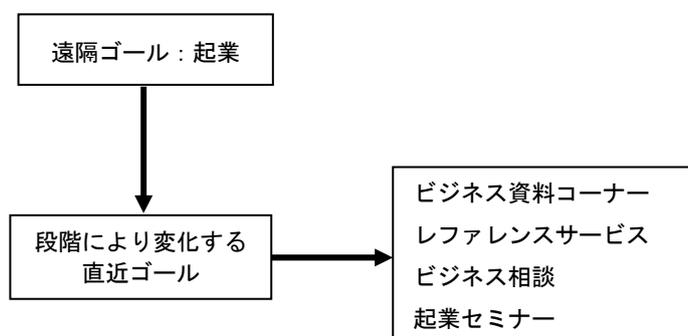


図2 遠隔ゴール・直近ゴールとサービスの利用

起業を思い立ってから開業するまでには、漠然と創業を考える段階から、商品・

マーケット・経営資源などを検討してビジネスプランを立てる段階、必要な経営資源を調達し、開業手続き等をとる具体的な準備段階と、長期間に渡って、多くの手順を踏むことを必要とする。時間の経過とともに遠隔ゴールは明確になり、それに伴って直近ゴール（情報ニーズ）も漠然としたものから明確なものへと変わってゆくだろう。

図書館のビジネス支援サービスは、こうした起業の全段階に渡って支援をしている。インタビュー調査の範囲で最も包括的に支援を行うことができていたのは起業セミナーであった。セミナーでは、具体性においてはさまざまであるものの、起業を志す人たちに対し、開業に至るまでの手順とポイントを順を追って解説している。さらに、セミナーの受講者同士や、受講者と講師とのやりとりもあり、結果として漠然と起業の希望を持った段階から開業に至るまで、それらを通じたきめ細かな情報交換や支え合いが実現している。

レファレンスサービスも、継続的に利用することにより、包括的に支援を行うことが可能である。レファレンスサービスでは通常、曖昧な質問に対してはレファレンスインタビューにより利用者のニーズを絞り込んで、明確で探索可能な形式にしてから探索を行う。利用者の質問は明確化可能であることを前提とするこうした質問への対処方法では、起業を漠然と考えている程度のあいまいなニーズに答えるのは難しいだろう。しかし、今回調査した中では、2館においてそのような曖昧なニーズに対処し、また、起業に至る各段階での資料・情報の提供や、人・機関の紹介を行っていた。

起業の各段階でビジネス資料コーナーを利用して、その都度関連する本を自ら探索・入手する利用者もいた。

起業の際にビジネス相談会を利用しているケースは3例であり、うち1例は第二創業であった。2例はアイデア段階（実現可能性および手順）での相談、もう1例は起業の手続きに係わる相談であった。アイデア段階での相談で1例は有益なアドバイスを得られなかったが、1例では企画のヒントが得られた。起業の手続きに関する相談では、手続き自体に関する解答は得られなかったが、次の相談先を紹介してもらうことができた。

ビジネスセミナーの場合、提供できるのは業種を問わない一般的な情報であるため、個々の受講者の事情に完全に適合した情報を提供することは難しい。個々の事情に合った専門的な情報提供は、講師に相談したり、あるいは自ら探索・入手することになる。

事情はビジネス相談会も同様で、相談員が各業種の詳しい知識を持ち合わせているわけではないため、相談者が求める情報やアドバイスを提供することは非常に難しい。ヒントを与えたり、他の機関を紹介していたが、相談が不調に終わる場合もあった。

(2) 公共図書館における起業支援の特徴

2点特徴があった。

1) 生涯学習支援としての起業支援

起業をめざす人々に対するインタビュー調査で特徴的だったのは、起業の目的として表明されたものが、経済的な利益というよりは、自立、自己実現、地域への定着といった、生涯学習と呼ぶ方が適切なものであったことである。

定年後なんとか地域とのつながりを求めながら何かしたいと、たまたまこういうの(=ビジネスセミナー)に出くわしたもんですから、非常にタイムリー

この年でもさ 仕事できるチャンス(中略)子どもの世話になんないって私は言い切っちゃったから じゃあ 65 になってあとの収入ってないわけじゃないですか

私はちょっと公務員をずっとこの先やるかどうかっていうのを、ちょっと迷っていたというところもあって、その前は大学へ行こうかな、なんて思っていた時もあったんですが、まあちょっと年齢的なものもあって、まあ4年間勉強するとなかなか大変かなっていうのがありまして、でもお店っていうのはちょっとこうやってみると、大変なものわかるんですが、面白みもあるかもしれない、と。

遠隔ゴールにこのような生涯学習的な側面があり、起業が必要に迫られてというよりは、個人の自発性に任されているような場合には、起業に向けて背中を押してくれるようなきっかけが重要になる。「どんなビジネスをはじめればよいか」「どのようにすれば起業できるのか」といった、事業内容や起業の手順について、漠然としたイメージを持っていたのが、何かをきっかけにして起業に向けて具体的に動きはじめるのである。きっかけは単一の事象では必ずしもなく、いくつか

の出来事が積み重なって起業に向けて動かしてゆくこともある。図書館のビジネス支援サービスもまた、漠然と起業を考えている人々に対して、起業に向けて背中を押すようなきっかけとなっている。後述する図書館のしきいの低さが、こうした「背中を押す」きっかけづくりに貢献している。

2) 遠隔ゴールの達成を支援するサービス

起業を支援するサービスの図書館サービスとしての特徴は、直近ゴールとしての情報ニーズを満たすことだけを考えるのではなく、最終目標である起業に向けて、次のステップを用意していることである。起業セミナーはもちろんのことであるが、ビジネス相談会でもレファレンスサービスでも、単に相談に乗り情報提供をするだけでなく、起業という最終的な遠隔ゴールの達成をめざして、適宜役立ちそうな人や機関を紹介する。紹介するためには連携している必要があるため、他機関との連携が効果を上げている。

閲覧・貸出はもちろんのこと、通常のレファレンスサービスでも、利用者が入手した情報をどのように役立てているのか、遠隔ゴールまで確かめることは通常はしないから、遠隔ゴールを視野に入れて支援を行うビジネス支援サービスは一步踏み込んだサービスを提供していると見ることができる。

3. 4. 日常業務遂行を目的としたビジネス支援サービスの利用

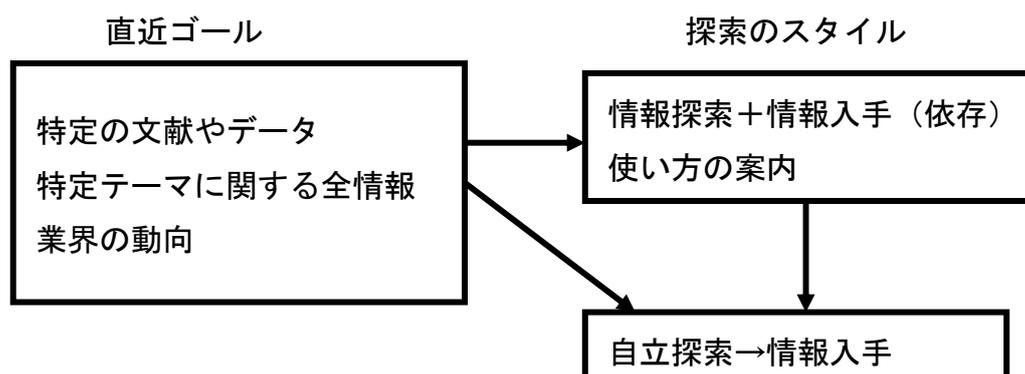


図3 日常業務遂行における直近ゴールと探索のスタイル

日常業務遂行のための情報探索では、直近ゴールすなわち情報ニーズが明確で、かつ習慣化・定型化していることが多い。自分自身で探索する自立探索を基本とする。初回利用のときには使い方の案内を受けるが、使い方を覚えた後は自立探

索に移行する。レファレンスサービスを利用して支援を受ける場合は、例えば業務に関わる最初のヒントを得るためとか、自分自身で検索して得た文献を入手するためとか、利用目的が明確で、かつ他の探索・入手方法と使い分けている。インタビューをした範囲では、日常業務遂行の目的でレファレンスサービスに全面的に依存しているケースはなかった。

3.5. サービス利用の効果とサービスに対する評価

(1) サービス利用の効果

資料・情報の提供という点では、公共図書館のビジネス支援サービスは、特定のデータや情報を提供することもあるが、概して概括的な情報、裏付けとなる情報を提供している。

特にビジネスセミナーとビジネス相談会という新しいサービスでは、商工会議所等他機関の相談窓口や専門家とのつながりをつける、という効果が見られた。これは公共図書館が他機関と連携の上でビジネス支援サービスを展開してきたことの成果であり、また、公共図書館が市民によるビジネス上の課題解決の一翼を担っていることの証左でもある。

ビジネス支援サービスの利用にはまた、情緒上の効果も見られた。これは起業の場合に特に顕著であった。三輪の情報行動文法モデル（図1参照）では自己効力感が情報探索の成功に重要な役割を果たすことが指摘されている。不安感自己効力感の裏返しにあるもので、例えば見知らぬ土地に行くとか、初めてのことをするときなどに誰でも経験する感情である。図書館では、例えばレファレンスサービスを初めて利用する際の緊張と不安は、今回のインタビュー協力者の中でも見ることができた。起業の場合、未知の生活領域に足を踏み入れることであり、失敗する可能性もある中で、不安感に大きなものと想像される。そのため、起業に成功する機会を与えてくれた図書館に対する感謝の気持ちはことのほか大きくなる。

100%満足してますね 非常に感謝しています

起業セミナーの担当者による細やかな気配りは大きな心理的サポートになっていた。さらに、セミナーの受講者相互の支え合い、励まし合いも、不安を軽減し、起業に向けて進んでゆく大きな力になっていた。

(2) 起業セミナーにおける図書館サービスのイメージ

起業セミナーの参加者からは、図書館サービスのイメージに関する発言があった。しきいが低く、いつでもやめられそうなので気軽に参加できる、行政がやっていることなので安心できる、といったことである。

商工会議所って（中略）行ったことなくてこうなんかちょっと、気が引けてしまうというか。（図書館は何度も行っているの）入って行きやすかった

（「行き慣れているからしきいが低く感じるのでは」という問に対して）（それもそうだが）誰でも入れるわけですし、信用もありますよね、市がやってるから

誰でも気軽に入れる、また、公立なので安心できる、という、公共図書館がこれまで培ってきたイメージが、ビジネスセミナーのような新しい企画に貢献していることが裏付けられている。商工会議所のような専門的な窓口は敷居が高く、参加しにくい、といった、他の機関との比較の上で図書館の特性を把握している様子も見て取ることができる。

一方、起業セミナーの参加者は、セミナーを通じてそれが図書館の新生面を表すサービスであることを理解する。

図書館がこんなことまでやってくれるなんて

起業セミナーを中心とするビジネス支援サービスが、公共図書館の新しいサービスとしてとらえられていることを示す発言である。

(3) ビジネス支援サービスに対する評価

インタビューの中で、インタビュー協力者が受けたサービスを10点満点で評価してもらった。点数自体よりも、その点数をつけた理由を聞くことを通じて、ビジネス支援サービスをどのような点で評価しているのか、また、どのような要因が評価に関係しているのかを探ることが目的であった。

当然のことであるが、利用した図書館と利用したサービスによって、評価のポイントはさまざまであった。いくつかのカテゴリーに分けて検討してみる。

1) 初回利用者

A図書館のレファレンスサービスの利用者が2名、B図書館とD図書館のビジネス相談会の利用者が計3名いた。評価のポイントとしてあげられたのは、求める回答が得られたか、と、担当者の親身な対応であった。レファレンスサービスの初回利用者の1名は、おおよその期待水準に照らして評価していた。ビジネス相談会では、直接の解答が得られなくとも、次の相談先が紹介された場合には、高い評価が与えられていた。

2) レファレンスサービスの利用者

初回利用者を除くA図書館のレファレンスサービス利用者は4名で、うち1名は起業が目的であった。C図書館の4名はすべてレファレンスサービスの利用者であった。

サービスに対する評価では、毎回受けたサービスに対する評価と、サービスに対する全般的な評価との両者が語られた。次の発言のうち、前半部はインタビューで聞いた特定の質問回答に対する評価であるが、すぐに、全般的には評価は悪くない（だから利用している）と補足している。また、個別の回答の善し悪しは質問の難易度などによっても変わるとも述べている。

テーマがかなり難しかったのではないかとということが前提にあるので、ないということが確認できるということも成果の1つだと考えているので、そう考えるとゼロではなく、中間ぐらいの5というようなイメージじゃないかと思います。ほかにもいくつかリファレンスをしていますので、ほかのことでは十分な成果が得られているものもあります。

つまり、サービスに対する評価には、1回1回の利用に対する評価と、利用経験の累積から来るサービス全般の有用性に対する評価とがある、と考えることができる。

1回1回の利用に対する評価では、質問内容と回答(内容の適切性、処理時間)、図書館員の対応といったことが評価のポイントとして指摘されていた。これに対しサービス全般の有用性に対する評価では、特に他機関と比べたときのサービスの特徴、サービス内容、図書館員の能力といったことが評価のポイントであった。

他機関との比較、という点については、起業のように長期に渡って利用し、他に比較するものを持たない場合には、評価は非常に高くなる。また、継続的な利

用の中で図書館員の能力に対する非常に高い期待を抱き、実際のサービスが期待を裏切らないものであった。

極端に言えば、20点と言いたいですね(笑)。(中略)これは中小企業にしても、私なら個人、特に起業しようとするような個人にしましても、先ほど言いましたように特化したものはあるんです。私のような年齢になりますと今までに培ったものが。ですけど、そういうふうに新商品を生み出そうというときには何も分からない。調べる手段が分からない。大学を卒業して20年も30年もたちますと余計。だから、ここに来て、ここを知って、内々で調べていただけた、これは本当にありがたかったですね。

利用者：15くらいです(中略)やっぱり長い間思ってたから(中略)

調査者：あの 結局満足は非常に満足してらっしゃるということなんですけれども この相談サービスで得られた情報そのものに関しては 欲しい情報が得られたという風にかんじてらっしゃいますか？

利用者：〇〇さんに関してはそうだと思います あれがたぶん最大限の限度だったと思うので

この結果から、利用者は、それまでの利用経験に基づいて図書館の有用性の評価を行い、そこから生まれる期待をもって図書館を利用する。その利用経験がさらに有用性の評価を形成してゆく、というサービスの評価に関する仮説が設定される。しかし、その内容についてはさらに検討が必要である。初回利用者で述べたように、初回であっても公共図書館のサービスについてイメージが形成されている事例がある点も、本論点に関わるものとして、さらに検討が必要である。

3) 起業セミナーの受講者

起業セミナーの受講者が、公共図書館に対するこれまでのイメージをもとにセミナーに対する期待を形成していることは(2)で述べた。受講後の評価はおしなべて非常に高いが、しかし、それは必ずしもセミナーの内容に対してだけではない。次の発言は、1回の内容だけでは6点、ただし累積するというもので、上述の1回のセミナーに対する評価と、セミナー全体の有用性の評価を区別していることを示す今一つの例である。少し長いが引用しよう。

受講者：厳しいかもしれないんですけど6です。

調査者：あ、そうですか。

受：はい。

調：はい。その理由は？

受：えーどうしても、一般的な話が返ってくるので、業務的に聞こえてしまうんですね。でもこれは税理士さんに話しても一緒でしょうし、専門の人でもあの一、いざ勘定の話っていうのはやはりそういう話では、先方も出来ないと思うんですね。だから友達とざっくばらん、友達というか、今回セミナーの卒業生で話すことを10とするなら、あの一、結局自分の意思決定に影響した影響力を考えると6ぐらいかなと。

調：あ、なるほどね。

受：ただ、非常に満足という言葉ではないんですが、あの図書館がやってるっていうことそのものが敷居が下げてもらってるので、あの一、気軽に行けるわけですよ。

調：うん。

受：相談に。

調：あ、そうですか。

受：はい。だからその一、満足度先ほど6と言いましたが、それが何回も何回も出来たり、気楽に出来るので、えー、ま、その6を行った分だけ足していくってことでしょうね。

この発言にも見られるように、起業セミナーの場合、講義内容だけでなく、セミナーを通じて得られた人間関係や、それによる心理的サポートなどに対する評価が高かった。ただし、今回の調査はほとんど1つのセミナーしか扱っていないので、さらに調査を進める必要がある。

4. まとめ

ビジネス支援サービスの利用目的に関しては、起業と日常業務遂行という二つに大別された。両者は大まかにはビジネスセミナー・ビジネス相談会という新しいサービスと、ビジネス資料コーナー資料の閲覧・貸出とレファレンスサービスという従来からのサービスとに対応しているが、対応しない事例もあった。

サービスの効果については、資料・情報の入手という効果の他に、他の機関や人とつながりをつけるという効果、および、不安を抱える利用者を情緒面で支えるという効果が確認された。

新しいサービスである起業セミナーについては、公共図書館のしきいの低さ、行政サービスであることの安心感、気軽に参加したり辞めたりできる、という、これまでの公共図書館の特性が効果的に働いて、肯定的なイメージが形成されていることがわかった。

サービスに対する評価では、その都度の利用に関わる評価と、利用経験の累積によって形成されるサービスの有用性に対する評価とが分かれることを仮説として提出された。その検証は後日を期したい。

- 1) Kuhlthau, C. C. *Seeking Meaning: a Process Approach to Library and Information Services*. 2nd ed. Libraries Unlimited, 2004.