第4回定例会発言要旨

資料2

発言者	発言概要	カテゴリ
内田委員	デジタルアーカイブは、「作る」→「公開する」→「なじんで定着する」→「定着するので必要性が認識されて、充実する」という、サイクルを活用することが重要。またワークショップをやると、それをきっかけにもう少し掘り下げて調べてみようと思うことも出てくるのではないか。これから新しく作るというよりは、今、ここまでやってきた成果、財産のポテンシャルを引き出すことで、集客にもう一歩役立つことができるのではないか。	・デジタルアーカイブの活用
川原田委員	都立図書館のやっていることが普通の方々に届いているのかというところが、少し難しい部分がある。ニューヨークのパブリックライブラリーのホームページ最初のトップページは、いわゆる図書館のコアな利用者ではない方が見ても、もしかしたらここへ行ったら面白いかもしれないと感じるようになっている。人に届くデザインという観点で少し見直していくと、非常に充実したもろもろのサービスとか情報がうまく利用されていくのではないか。	・ターゲット（非コアな利用者） ・人に届くデザイン
川原田委員	前回の部会では外国人であるとか、ある程度ターゲットを絞って検討したが、今後は、いわゆるコアな図書館利用者ではない方々が大きなターゲット層だと思う。図書館は誰でも来られる、予約をしなくても来られる、１人でも利用できる数少ない公共施設。読書がすごく好きだとか、高度な調べものに本を利用するという方は、全都民の中の１０％いるかいないかという感じだと思う。残りの９０％は図書館のコアな利用者ではないので、その方たちも２００万冊の本にアクセスできて、楽しく利用できるというような方法、方針を考えるというのもあるのではないか。今まで図書館を利用してこなかった方々という利用者属性があるのではないか。	・ターゲット（非コアな利用者）
冨澤委員	図書館を利用していない人や、あまりコアに使っていない人に来ていただいたり、利用してもらう方法として図書館への入りやすさは重要だと思う。「図書館は本がある場所」という固定の考え方に縛られていて、館内で色々展示をしていることを思いつかない人もいると思う。１階の展示ぐらいまではふらっと入れるような仕組みにしたり、上の階で展示していることが目に入るような場所にあったりすると、気づく人が増えていくのではないか。	・ターゲット（非コアな利用者） ・図書館への入りやすさ
冨澤委員	今の若者はスマホで何でもしたり、電話やメールがちょっと面倒くさいと感じている人もだんだん増えてきている。色々な年代に対し、色々なやり方でよりアクセスしやすい窓口を増やしていくと、今まで利用していなかった人も利用してみようと思って、少しずつ間口が広がっていくのではないか。	・ターゲット（若年層、その他）
小田議長	直接使う人だけではなくて、例えば学校の教員に伝えていくことによって、それが児童・生徒に伝達されていくという、そうした構造的なところなども、やはりターゲットという観点で含め得るのではないか。	・ターゲット（ターゲット層に伝達する立場の人）

第4回定例会発言要旨

資料2

笹委員	7/19に、1学年の全生徒が都立中央図書館を利用する予定。高校生なので特に引率は不要だが、都立図書館がどんなふうに自分の授業で使えるか、どんな宝がここに眠っているのかを教員目線でも拾ってもらいたいと思い、教員も派遣する。そういう意味では教員を通して利用の幅を広げるというのは、１つの方法だと思う。	・ターゲット（ターゲット層に伝達する立場の人）
笹委員	港区など近隣の４区の住民が4割近い利用者であるということなので、その方々が通いたい時間帯、通える時間帯に図書館を開館するともっと利用者を増やせるのではないか。	・ターゲット（近隣住民）
笹委員	必ず答えがあるから、その答えを検索してスピーディに探すというだけが「学ぶ」であったり、「思考を深める」ということであってはならないと思う。答えはわからないけれども、この208万冊の中に何かヒントがあるかもしれないから、自分の手で色々な所、周辺を回りながら多少遠回りをしたり、無駄な資料にも当たったりして、自分の探したいものが学べる、探せる、思考が深まるというような、そういう学びのスタイルを大切にした役目も図書館は継続的に担っていかなければならないと思う。何か価値がここから探せるとか、価値を一緒につくり出せるというような学びの場であったり、知的な活動の場であってほしいと強く思う。	・来館 ・場としての図書館
豊岡委員	区立図書館を利用している区民に、都立図書館を紹介することがある。しかし区立図書館に通っていない、忙しい方などに関心を持ってもらうには、来館していただくような何かイベント的なことを行うこともあると思う。区立や市立図書館と都立の連携である。	・ターゲット（来館困難な人） ・区市町村立図書館との連携
豊岡委員	従来の図書館機能というか、深く調べるとか時間をかけて調べるとかという部分の機能は維持しつつ、そういったコア層は離さないということもあろうかと思う。	・ターゲット（コアな利用者）
小田議長	学ぼうとしている、特に児童・生徒をターゲットにするということはあり得ると思う。	・ターゲット（児童・生徒）
坂口委員	今、大学はほとんどラーニング・コモンズをつくっている。お互いに交流するためであり、知らなかったことを知る場所である。そこに答えはないが、自分の答えを探し求める場が恐らくラーニング・コモンズの本来的な役割だと思う。	・場としての図書館（ラーニング・コモンズ）
坂口委員	利用者の中には単なるお客様ではない人もいる。利用者の持っている力を図書館サービスに活用するというのも1つの方法かと思う。意欲のある人をもっとすくい上げ、その人たちが図書館で活動することによって、口コミやSNSで「都立図書館はこんなにすごいよ」と、情報が広がっていくのではないか。	・利用者の活用

第4回定例会発言要旨

資料2

鎌倉委員	都立図書館は「来る」ことが前提となって議論されている。どう頑張っても遠い人は来られない中で、来館型と非来館型という２つの軸で考えていき、非来館型のサービスをどのように提供していくのかというのを中長期的に充実させると良いと思う。来ることが当たり前の図書館から来なくても利用ができる図書館へというシフトを図っていければと思う。	・ターゲット（来館困難な人） ・非来館
鎌倉委員	大阪市立図書館はデジタルアーカイブのビジネス利用を促進している。パブリックドメインの画像を使って、例えばノートの表紙にしたりとか、商品化してもいいという呼びかけを行っていて、実際に商品化したという事例もある。東京都立図書館のビジネス支援サービスとして、来なくてもこのデジタルアーカイブを使ってビジネスにつなげられるよというようなPRもあるのではないか。	・ターゲット（ビジネスパーソン） ・デジタルアーカイブの活用
鎌倉委員	バーチャルライブラリーという話もあったが、例えばウエブサイトに「図書館」という扉みたいなのがあって、そこをクリックしたら、司書の方のイメージがあって、「メールでも受け付けていますよ」、「ご質問があれば来なくても全然ここでも大丈夫です」みたいな窓口をあえて作ってみると良いかと思う。	・ターゲット（来館困難な人） ・非来館
小田議長	例えば高齢者をターゲットとして考えるといった場合に、どうしても図書館では「高齢者サービス」という従来の枠で考えてしまう。そういう「利用者としての高齢者」ではなくて、「高齢者が主体的に学ぶ場を図書館が提供する」というのは、ターゲットの扱い方として取り入れられるのではないかと感じた。	・ターゲットについての考え方
小田議長	トロント公共図書館では、非来館型サービスとして「ask a librarian」（電話、Eメール、チャット）があると同時に、「book a librarian」（図書館員への相談時間を予約確保できる）等のサービスがある。ふらっと来て尋ねるのではなく、いろいろな課題を抱えている人が、図書館員と相談しながら図書館を活用することができる。こちらはむしろ来館することにより、もっと質を高めている事例とも言える。	・来館 ・非来館
小田議長	「ハードル」を前提として、それを「ターゲット」というところに結びつけるという形で整理していただいたが、ハードルと捉えたものも、実はハードルではないとも言える。来館しない人を前提とするということは、来館させるようにそのハードルを少し下げましょうとか、なくしましょうという考え方でなく、来館しない状態でも、何かやれるのではないかということにつながると受けとめられる。	・ターゲット（来館困難な人） ・ハードルについての考え方
松本副議長	情報通信技術の発達等に伴い、以前と比べて国立国会図書館が利用者に身近な存在になりつつあり、都立図書館のポジショニングはますます難しくなってくると思う。今までは区市町村立図書館と連携する形で非来館型サービスをやっていたのを、利用者に近いところでどう展開するか、あるいは展開するべきなのかどうかというのも含めて、今後議論していかなければいけないと思う。	・都立図書館について
豊岡委員	教育的に体験することは非常に大事な部分であり、非来館型の方を取り込むという形が進むとしても、そこには「図書館に行こう！」というメッセージは必要だと思う。やはり図書館に行くことにより、本との出会いがあり、人との交流があるというのを大事にしていきたいと思う。	・来館 ・場としての図書館

第4回定例会発言要旨

資料2

小田議長	修学旅行や遠足等で東京に来る、東京在住ではない方をターゲットと捉え、「東京はどういうところか」をPRすることもあり得ると思う。色々な訪日外国人へのサービスということを考えた場合に、汎用的に用いることができる中身だと思う。	･ターゲット層（東京非在住）
笹委員	周囲に３０ヵ国近くの大使館があるので、大使館と協力･連携しながら、外国の方に何かできるのではないか。	･ターゲット（外国人）