

## 2-(11) 電子図書館の顧客戦略

筑波大学大学院図書館情報メディア研究科助教授

宇陀 則彦

### 1. 電子図書館は何をするものか？

- 館（やかた）のための情報発信を行ってればよい時代は終わった。
  - World Wide Web が登場した頃は、ホームページを持つことがまず目標とされ、館の情報を発信するということが中心であったが、WWW 登場以来 10 年が経過した今、もはや情報発信だけでは済まない。WWW をひとつの情報ツール（複数のソフトウェアが連携して動作する統合環境）と捉えるべきである。
- 図書館サービス全体に対して電子図書館サービスの占める割合
  - 来館者数とアクセス数を単純に比較するというわけにはいかないが、潜在的にはネットワークを介してアクセスしてくる利用者のほうが多いだろう。図書館サービス全体のなかで電子図書館サービスはどのような位置づけにあるのかを考え、戦略を立てるべきである。
- 「まずは Google」から「まずは電子図書館へ」になるには。
  - 何かを調べるとき、学生の多くは Google を最初に使うと思われる。電子図書館を使うときもあるが、ほとんどが OPAC を検索するだけである。（しかし、本当にそうだろうか）
  - 館の情報と OPAC だけ提供すればよいというパラダイムをそろそろ変えるべき。
  - 局所的に見るなら、図書館ポータルのようなシステムを構築し、顧客を増やすことを考えればよいが、顧客からみてこれは最適解だと言えるのか？
  - Web 全体からみれば、Google も電子図書館もサービスノードの一つにすぎない。その中で電子図書館というサービスノードが果たす役割は何かという視点で戦略を立てなければ、顧客を獲得することは難しい。
  - インターネット上のどこのサイトから出発しようが、必ず電子図書館というサービスノードを通るということになれば、図書館は Web 環境の不可欠のプレイヤーとして生き残ることができる。
  - 出発点や終着点にこだわる必要はない。Google が出発点でもよい。人がたくさん集まる場所に広告をだすのが効果的なように、人がたくさんアクセスするサイトから電子図書館に誘導することを考える。
- 電子図書館の顧客にも種別がある。
  - 当たり前のことだが、電子図書館の利用者も来館者同様、学部学生、大学院生、教員など様々な利用者がある。しかし、ネットワークの向こう側にいて姿が見えないと、みんな同じサービスでよいと思ってしまう。

- 最近、「在学生向け」「一般者向け」というようなリンクボタンを設け、利用者の種別ごとに誘導したつもりになっているサイトをよく見かける。しかし、そのほとんどは項目を少し省いたり、加えたりしているだけで本気で種別を意識しているわけではない。むしろ、欲しい情報は別のカテゴリに入っていて、よけいな手間が発生する。

## 2. 筑波大学電子図書館システムのリプレースを通じて

- 本質的なのは新しいパラダイムに移行する意志があるかどうか。
  - コンセプトが重要
  - リソースオーガナイザの提案
- パラダイム移行を妨げる要因
  - 同じ業務システムにしておけばよいだろうという保守性
  - システムベンダーへの依存
  - OPAC 第一主義の利用者サービス
- ソフトウェアの寄せ集め 対 統合システム
  - ソフトウェアを寄せ集めただけではシステムにはならない。呼びたくない。
  - 業務システムから電子情報資源管理までトータルにサービスするシステム
  - トータルシステムの意味が昔とは違う。
- ページデザインについての議論
  - コンピュータの画面はとても狭い。画面構成のパーセンテージにこだわること
  - お知らせと開館カレンダーの呪い
    - ◇ 画面の 80%がお知らせを占めているサイトがある。

## 3. 電子図書館の運用（顧客対応）

- 情報処理センターのサービス手法に学ぶ
  - システムのメンテナンスは図書・雑誌のメンテナンスとは全然違う。
  - システムは仕様どおりには動かないもの。稼動直後のチューニングが勝負
- 迅速性第一のクレーム対応
  - 次の日直っていなければ顧客は逃げる。
  - 現場レベルで判断しないと間に合わない。
  - 図書館内部の問題は顧客には無関係
- 沈黙する顧客 使われないシステム
  - 一人のクレームは全員のクレームだと思え。（大げさではなく）
  - 黙っているからといって問題がないわけではない。
  - 顧客は黙ってシステムを見捨てるものである。
  - システムトラブルはコピー機が故障したのとはわけが違う。

- アクセスパスの問題
  - 情報発信型のサイトはトップページから順番にアクセスされる単一パスと違って、も差し支えないが、情報ツール型は何通りものアクセスパスがある。
  - アクセスパスコントロールが重要
    - ☆ ページ構成イコールアクセスパスではない。
    - ☆ メインストリートとなるべきアクセスパスを裏道にしないこと。
    - ☆ 顧客ごとに使うアクセスパスは異なる。
- ワンクリックにこだわら
  - クリックが1回多いだけで使いにくいシステムとを感じるもの。システムの都合（あるいは業者の言い訳）のせいにしないこと。ツークリックの差は致命的。

#### 4. 電子図書館と機関リポジトリ

- 機関リポジトリの位置づけ
  - 機関リポジトリを特別視している限り、サービスには結びつかない。
  - 電子ジャーナル、データベース、機関リポジトリを同じサービス用コンテンツとしてオーガナイズできるかどうか。シームレスな結合
- 孤立したコンテンツと関連したコンテンツ
  - 書店は1冊1冊にこだわり、図書館はコレクションにこだわる。デジタルコンテンツでも同じこと。
- 量が質に転化するとき
  - 量が少なければコレクションとしての味がでない。

#### 5. 電子図書館サービスの今後

- E-learning システムとの連携
  - 学内サービスノード同士の結合（まずはここから）
  - E-learning システムからみた電子図書館のコンテンツと電子図書館システムからみた E-learning システムのコンテンツはアクセスパスの方向が逆。同じコンテンツでもアクセスの順序が異なるだけで違ったサービスになるだろう。
  - システム連携が新たなサービスを生む。大学ポータルシステムの重要なピース
  - 組み方を変えれば別のサービスになる。サービスノードそれぞれの価値。電子図書館ノードのサービス価値を最も高める組み方はどれか？
- 大学図書館間の連携
- 商用サービスとの連携（Google と電子図書館の立ち位置）
- システムが生み出すサービスとサービスから導出されるシステム
- コンテンツ音痴にならないように

2・(12) 班別討議（顧客志向サービス）

(9)～(11)の講義を受け、大学図書館における顧客志向サービスを検討する