

特集：わが図書館をブランドにするために！

<この特集を組むに当たって>

今回は、図書館のブランド化、というテーマで特集を組みました。日本中、世界中には、数え切れない程たくさんの図書館がありますが、その中に埋もれた「単なる図書館」という、アイデンティティの無い存在から脱却し、「〇〇大学図書館」と名前を聞いただけで、すぐに何らかのイメージが思い浮かぶような、そんなオンリーワンの図書館になるためには、どうすれば良いのでしょうか？このように、図書館からすぐに連想されるようなイメージを作り上げることは、利用者への広報に有益なのはもちろん、大学内での他部署に対する存在感を強化することにも繋がります。

今回は、キャラクターや賞の創造・図書館猫のアピールなど、様々な方法で図書館のブランド化を試みている5つの大学図書館の事例を参考にさせていただき、みなさまの図書館のこれからのイメージ作りに生かしていただけたいと思います。
(担当：京都支部)

特集：わが図書館をブランドにするために！

"ちゅーりっぷさん"と"がまじゃんぱー"はこうして生まれた

嶋田 晋

1. はじめに

割と人知れず誕生しながら、今や（なぜか）「はてなダイアリー」のキーワード¹⁾になるなど一人歩きを始めた筑波大学附属図書館のキャラクター、"ちゅーりっぷさん"と"がまじゃんぱー"。本稿では、2人がどのようなきっかけで誕生し現在に至ったかを解説する。

2. キャラクターが欲しい

「図書館のキャラクターを作ろう」という話が出たのは、2006年3月の電子図書館システムの更新²⁾を前にした2005年後半だった。この更新ではハードウェアだけでなく、ポータル機能の搭載等に伴う図書館Webページの全面リニューアルが予定されていた。以前から大学内部での図書館のアピール不足と、それに由来する存在感の薄さが危惧されていたが、更新を機に図書館のアピールを活発化すべきという動きが有志の間で起こった。ここで図書館ロゴの刷新と同時に発案されたのが

「図書館のキャラクター」作成であった。有志の間では「キャラクター」はNII³⁾や北海道大学リポジトリ⁴⁾等の先例のように、図書館内外の広報に非常に有効であるという認識があり、導入の方向で意見がまとまった。幸運なことに当時、ロゴやキャラクター等の広報関連に割ける経費をある程度確保できる見込みがあったため、実現に向けた作業が有志で進められ、以下のコンセプトがまとめられた。

- a. 筑波大学附属図書館のキャラクターであると分かること。
- b. Q & A等で使えるように2人一組であること。
- c. 人間と非人間、ボケとツッコミ、男女など、分かりやすい対比であること。
 - a. はアピールが目的である以上、筑波大学附属図書館を容易に連想できることを重視した。b. は、2人一組とすることで利用者側と図書館側の立場を代表できる等、活用場面を想定して提案された。c. はb.に関連して2人を区別する必要から、対照的な組み合わせが望ましいとされた。

3. ブランディングと偉い人

これらのコンセプトを元に、筑波大学附属図書館の愛称として定着している"Tulips"からチューリップの花と、ガマの油売りの口上で

有名な「筑波山麓の四六のGamma」からGamma(カエル)をそれぞれモチーフにしたキャラクターの組み合わせとし、チューリップの方を女性形、Gammaの方を男性形としたイメージイラストが有志内で試作された。その後、上層部の了承を取り付けるために「電子図書館のブランディング戦略」と題したプレゼンテーションを作成した。名称やロゴによるブランディングとともにキャラクターの導入でアピール力が高まるという趣旨を説明し、上層部からキャラクターのコンセプトと作成について了承を得た。これを受け、業者にコンセプトを示して案を数点作成してもらい、職員内でアンケートを行った結果、現在のものの元になった造形に票が集まった。しかしチューリップモチーフの女性の造形に対しては上層部が難色を示し(「幼く見える」等)、眼鏡の追加や「ちゅーりっぷ「ちゃん」」から「さん」への名称変更等の修正を行い、数度の説明で何とか了承を得られた。この造形で全身像と表情バリエーションを業者に発注し、2006年に筑波大学附属図書館のキャラクターが誕生した。なお名称は、Tulipsに由来する「ちゅーりっぷちゃん(さん)」は即決であり、Gammaは検討の結果「がまじゃんぱー」と命名された⁵⁾。

誕生までの過程で最大の障壁は、(予想通り)上層部であった。コンセプトは了承されたが、個別の造形には苦言を呈された。しかしキャラクターの作成と、最終的には造形についても了承を得られたのは、幸いにして当時の上層部に理解があったからだと言える。

4. ネタを出せばみんなが騒ぐ

キャラクターの完成後は、機関リポジトリの宣伝パンフレットや館内掲示に使用される一方で、Webページへの露出はせず大々的に使用されることはなかった。当時は図書館システムの更新直後で、システムやWebページの調整が優先され、誕生キャンペーン等を行う余力が無かったため、ゲリラ的に露出させ

「よく見かけるけど、あのキャラクターは何?」と利用者に思わせる方針を採ったことによる。

しかし、ある図書館系ブロガーがキャラクターを気に入り、これをネタにしたエントリを公開した⁶⁾ことをきっかけに、連鎖的に他の図書館系ブログも取り上げ、図書館側の意図しないところで業界内での知名度が向上した。彼らがネタにしてくれなければ、ちゅーりっぷさんとがまじゃんぱーがここまで注目されることも無かったと思われる。当初は折を見て図書館からアピールするつもりだったが、利用者側からキャラクターと図書館の活動に注目して頂いた点では本来の目的を十分に果たし、結果として嬉しい誤算となった。

5. キャラクターは使しよう?

学内外で一応の認知を得たと判断し、2008年に入ってキャラクターの紹介ページを公開することで、キャラクター関連の活動は一区切りを迎えた。現在、ちゅーりっぷさんとがまじゃんぱーは筑波大学附属図書館のキャラクターとして定着し、その意味でブランディングは成功したと言える。図書館Webページを始め、リポジトリのプロモーションや図書館リテラシー教本、図書館のプロモーションビデオ、館内掲示や学内メール封筒等で活躍しているが、一方で設定の混乱、表情や立ち絵のバリエーションの少なさ、キャラクター使用ガイドラインの未整備といった問題があり、必ずしも使い易い状態ではない。最低でも使用に際してのガイドラインの作成は必要だと考えている。なおキャラクターは業者に作成を依頼したが、権利は筑波大学附属図書館に帰属している。

また、今のところキャラクターは好評を頂いているが、今後も肯定的な評価を頂けるとは限らない。ここまで育ったので大事に扱いたいが、キャラクターの本義である親しみやすさ等を減殺しないよう、今後とも楽しみながら2人を活用していきたいと思う。

注

- 1) はてな. "がまじゃんぱーとは". はてなダイアリー.
<http://d.hatena.ne.jp/keyword/%a4%ac%a4%de%a4%b8%a4%e3%a4%f3%a4%d1%a1%bc>, (参照 2008-08-12).
- 2) 筑波大学附属図書館. "次期電子図書館システムの入札について". 筑波大学附属図書館.2005-07-19.
http://www.tulips.tsukuba.ac.jp/pub/spec_jul.shtml, (参照 2008-08-12).
- 3) 国立情報学研究所. "chara_prof.jpg". 目録所在情報サービス.
http://www.nii.ac.jp/CAT-ILL/images/chara_prof.jpg, (参照 2008-08-12).
- 4) 北海道大学附属図書館. "キャラクター紹介". 北海道大学学術成果コレクション : HUSCAP.
http://eprints.lib.hokudai.ac.jp/character_info.html, (参照 2008-08-12).
- 5) 電子図書館システムの仕様策定に関った先生方が、システムの名称(愛称)も重要という立場と、機能が良ければ名称は重要ではないという立場で深夜のメール論争を繰り広げ、その中で名称が重要でないなら「がまじゃんぱー」等でもいいのか、という発言があった。インパクトが強く関係者の印象に残る名称であったため、採用された。
- 6) min2-fly. "『図書館情報学リテラシー教本：試作版』". かたつむりは電子図書館の夢をみるか.2007-03-19.
<http://d.hatena.ne.jp/min2-fly/20070319/1174303941>, (参照 2008-08-12).
(しまだ・すすむ／筑波大学附属図書館)